revista del
consumidor

UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR • NUM. 169 • MARZO DE 1991, MEXICO. EJEMPLAR 2,500 PESOS

PRECIO PACTO

ISSN 0185-8874

Frutas y vegetales enlatados

Analizamos la calidad de 530 productos

PRUEBAS DE CALIDAD ENLATADOS FRUTAS Y VEGETALES

15 de marzo

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

Las mejores marcas de atún y sardina

7 509997 078342 03

EDITORIAL
Para ejercer nuestros derechos
1

BUZON DEL CONSUMIDOR
2

TEMA DEL MES
El derecho a ser protegido
4

La vejez, ningún impedimento
16

Nuevo servicio del INCO
18

ALIMENTACION
Los mejores marcos de sardina y atún enlatados
19

Pescado nutritivo y barato
21

PRUEBAS DE CALIDAD
Alimentos enlatados: frutas y vegetales
1

LA ENTREVISTA DEL MES
Laura Esquivel: Como agua para chocolate
7

LOS SERVICIOS Y EL CONSUMIDOR
Accidentes: Por qué ocurren y cómo evitarlos
9

No juegue con su seguridad
11

Voy a apagar la luz
14

ALIMENTACION
Cómo sustituir unos alimentos por otros
25

QUE HAY DETRAS DE...
¿Juegos peligrosos?
27

Programas televisivos de concurso
30

SALUD
El paraíso de la muerte
32

Alzheimer: en busco de la memoria perdido
34

DERECHOS DEL CONSUMIDOR
¡No se quede callado!
36

Cómo comprar muebles coloniales
38

LIBROS DEL CONSUMIDOR
Derecho con el consumidor
41

LA PUBLICIDAD Y USTED
Publicidad de ayer y hoy en la prensa
42

ALIMENTACION
El aguacate de todos los guisos
43

DELEGACIONES DEL INCO
46

EDITORIAL

PARA EJERCER NUESTROS DERECHOS COMO CONSUMIDORES

En la actualidad, una preocupación prioritaria de los organismos encargados de regular el fenómeno del consumo en sus diversas facetas es la protección al consumidor.

El 15 de marzo de este año se celebra, por novena ocasión consecutiva, el Día Mundial de los Derechos del Consumidor con una serie de actividades que buscan reforzar un aspecto fundamental: el derecho a la protección de los consumidores.

Tomando en consideración los intereses y necesidades de la población en todo el mundo, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha establecido una serie de lineamientos cuyo principal objetivo es proteger a los consumidores contra productos, procesos y servicios que puedan poner en peligro su salud y su seguridad.

Con esta finalidad, la ONU promueve una labor constante en materia de protección a los intereses económicos del consumidor, mejoramiento de los niveles de seguridad y calidad en bienes y servicios, así como educación para el consumo. Todos éstos son factores de primera importancia que requieren de la participación de los consumidores para tener eficacia.

Estas acciones, en conjunto, representan un avance significativo en la lucha por respetar los derechos del consumidor y brindarle mejores beneficios.

Que el 15 de marzo no sea solamente una fecha más del calendario, sino el momento propicio para reflexionar y sumarnos activamente al movimiento en pro de los consumidores. ¡Hagamos valer nuestros derechos!

revista del consumidor

Directora:
Margarita Ortega Villa de Romo

Editor: Marco Antonio López Gallo; **Subdirector de Publicaciones:** Oscar Romero Rojas; **Jefe del Departamento Editorial:** Carlo López Arjona; Jefe de Información: Juan Pedro Labastida; Jefa de Redacción: Dora Torres Ponce; Reporteros: Amalia Beltrán, Patricia Briseño, Sandra García, Miguel Prieto, Guillermo Torales; Corrección: Regina Cohen Alfie, Lourdes Gómez Voguel.

Jefe del Depto. de Diseño: Alejandro Lobato R.; Coordinación de Diseño: Dolores Ramírez; Diseñadores: Francisco Alatriste, Pedro Castellanos, Víctor Gutiérrez, Francisco Hernández, Mónica Iglesias, Fernando Rodríguez; Apoyo Informático: Sandra Salgado, Ma. del Rosario Maturin; Tipografía: Ana S. Chio, Elisa Márquez; Fótógrafos: Raquel Chávez, Gilberto García, Felipe Ramírez, Patricia Aridjis.

Ilustradores: Alfonso Orvañanos, Pedro Zamora, Víctor Gatell.

Apoyo de los Departamentos: Bioquímica, Ingeniería, Estudios Económicos, Análisis sobre Comunicación, Encuestas sobre el Consumo, Documentación e Información, Educación para el Consumo, Derechos del Consumidor; Operación, Información y Orientación Directa e Investigación de Precios.

Teléfono de la revista: 559-73-77 exts. 162 ó 163. Para correspondencia, diríjase al editor de la **Revista del Consumidor**, en Insurgentes Sur núm. 1228, 5o. piso, c.p. 03210, o al A.P. 20600, México, D.F.

INSTITUTO NACIONAL
DEL CONSUMIDOR

Directora General:
Margarita Ortega Villa de Romo

Direcciones: Investigación, Antonio Meza; Desarrollo Regional, Lamberto López; Extensión, Víctor M. Priego; Administración y Finanzas, Elvia Torres V.; Radio y Televisión, Martha Susana Ruiz; Difusión, Marco Antonio López Gallo; Planeación, Narciso Acevedo Valenzuela; Subdirección de Divulgación, Ma. Teresa Chávez; Subdirección de Publicaciones, Oscar Romero Rojas; Contraloría Interna, Elizabeth Huerta; Asesor Legal, César Garizurieta V.

El amor en los tiempos de la publicidad

Revista del Consumidor:

Soy maestra de escuela primaria y les escribo para felicitarlos por su publicación y al mismo tiempo sugerirles el análisis de algunos anuncios engañosos para el consumidor, como el del refresco **Peñafiel** (versión femenina); brandy **Presidente** (donde Ericka deja de ser una muchacha seria para convertirse en una mujer "despampanante") y otros comerciales de bebidas alcohólicas con mensaje similar.

Asimismo, sugeriría se publicaran algunos comentarios sobre el anuncio del equipo de futbol América ("Siga el vuelo de las águilas"), el de **Ópticas Devlyn** ("Es un ángel con ojos azules como el cielo") y sobre todo aquéllos donde se usa a la mujer como objeto sexual o se discrimina a las morenas y negras (existen los de **Brut, Bagatel** y otras fragancias para hacer al consumidor "irresistible" ante el sexo opuesto).

Por último, quisiera hacerles una pregunta: ¿Qué necesita una mujer para conquistar el amor de un hombre?

Atentamente
Profa. María Isabel Maricela
Munive Hernández
Av. Corregidora núm. 88
colonia Los Pinos
Puebla, Pue.

Estimada profesora Munive:

Luego de agradecer su amable misiva, le informamos que sus sugerencias acerca del análisis de algunos mensajes publicitarios ya se han hecho llegar a nuestro equipo de especialistas en la materia. Asimismo, hacemos de su conocimiento que el uso de la mujer como objeto sexual en anuncios comerciales, por contravenir lo dispuesto en el Reglamento de Control Sanitario de la

Publicidad, ha sido constantemente abordado en la contraportada de nuestra revista en una sección denominada el "Anticomercial del mes" (por ejemplo, ediciones 164 y 165). Por nuestra parte, seguiremos analizando dichos comerciales y turnando a las autoridades competentes estos casos para que tomen cartas en el asunto.

Por otra parte, en relación a su pregunta sobre qué necesita una mujer para conquistar el amor de un hombre, podemos asegurarle que hay tantas respuestas como gustos masculinos existen; lo cierto es que en esencia todas ellas encierran cualidades humanas tan importantes como la honestidad, comprensión, generosidad e inteligencia, virtudes que no ponderan ni promueven algunos anuncios publicitarios al tocar el tema.

A toda prueba

Revista del Consumidor:

Antes de presentar mi queja, les quiero enviar un saludo y darles las gracias por todos los servicios que el Instituto Nacional del Consumidor brinda a los ciudadanos.

Acudí a un bazar de automóviles ubicado en Ciudad Satélite, Estado de México, donde después de ver varios carros, me decidí por un Magnum, modelo 1987, que tenía apuntado a lo largo del parabrisas un sugestivo letrero que a la letra decía: "¡A toda prueba!".

El vendedor hizo énfasis en las excelentes condiciones en las que el auto se encontraba, incluso me propuso manejarlo e ir a dar una vuelta. Así lo hice y el automóvil no presentó ninguna anomalía aparentemente, por lo que me decidí a comprarlo en la cantidad de 18 millones 500 mil pesos. A la hora de formalizar la compra, el vendedor me entregó unas copias del contrato original; al preguntar el porqué de esto, argumentó que la compañía a la que él representaba le tenía prohibido entregar papeles originales, pero que él haría todo lo posible por proporcionármelos en unos días.

Confiado, firmé las copias y di el dinero. Ya con mi auto seminuevo, me dirigí a casa, pero a lo largo del trayecto el automóvil empezó a presentar una serie de ruidos por todas partes e infinidad de fallas en la caja de velocidades, hasta que se paró y no quiso volver a funcionar.

Al día siguiente lo llevé al mecánico y éste me indicó una serie de defectos en el vehículo, como la descompostura de la marcha, la batería, los frenos, la caja de velocidades, el sistema de dirección hidraúlica, además de los resortes y amortiguadores.

Ustedes que son expertos en este tipo de problemas quizá puedan ayudarme a resolver mi asunto indicándome donde me puedo amparar y a dónde puedo dirigirme.

Atentamente
Lic. Alejandro Guzmán Larralde
Av. El Riego, andador 67, edificio B, departamento 203
Colonia Villa Coapa

Estimado licenciado Guzmán Larralde:

En relación al problema que usted nos comenta, le informamos que, con fundamento en el artículo 31 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, usted puede solicitar la rescisión del contrato de compraventa o pedir una reducción del precio, toda vez que el vehículo que compró tiene defectos y vicios ocultos que de haberlos conocido, no habría adquirido la unidad.

Asimismo usted puede solicitar al pago de una indemnización por los daños y perjuicios que le han sido ocasionados, de conformidad con lo establecido por la fracción VI, del artículo 33 del ordenamiento antes referido, por lo que le sugerimos que presente su inconformidad ante la Procuraduría Federal del Consumidor, ubicada en Doctor Navarro núm. 210 P.B., colonia Doctores, teléfono 761-38-11; adjunte original y copia de la documentación relativa a la operación de compraventa del vehículo y una identificación personal.

Finalmente, recomendamos a nuestros lectores tomar en cuenta todas las precacuciones necesarias antes de adquirir un automóvil en los "tianguis de autos usados" (sitios que no siempre ofrecen todas las seguridades de compra al cliente), sobre todo auxiliándose de una revisión mecánica hecha por un técnico confiable y comprobando que el automóvil que está por adquirir no ha sido reportado como robado; bastará con informarse en el Departamento de Autos Robados de la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal que se ubica en Doctor Lavista y Niños Héroes, o bien, llamando al 568-11-11 de Locatel, de esta ciudad capital.

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

El derecho a ser protegido

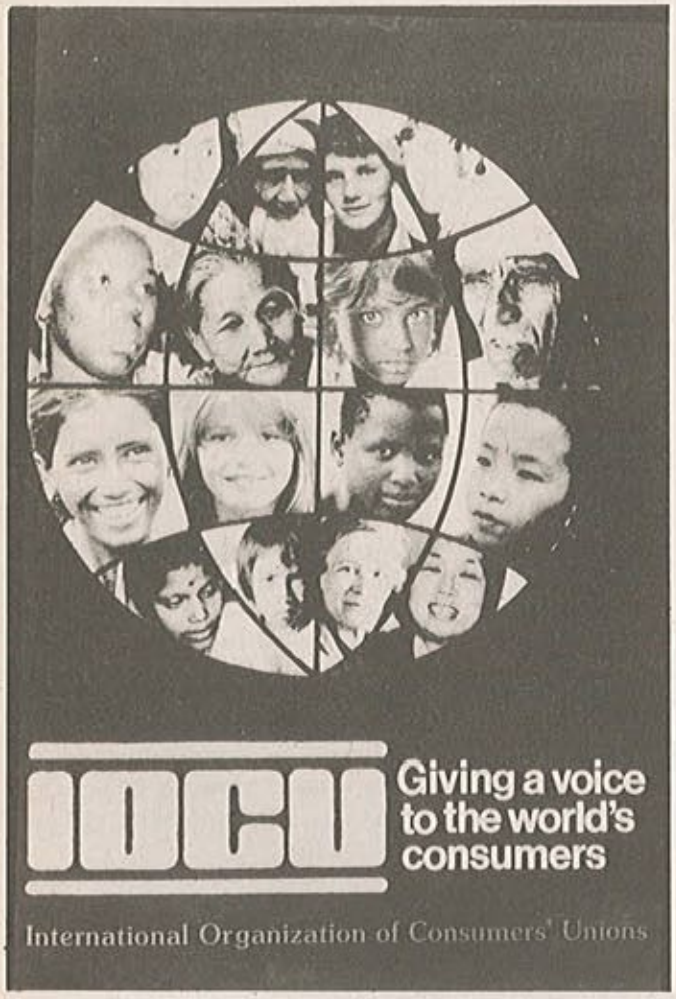
El Día Mundial de los Derechos del Consumidor, además de ser un momento para la celebración y solidaridad internacional con los consumidores, representa una buena ocasión para difundir y demandar el respeto a los derechos básicos de toda la población en materia de consumo.

El tema central

El 15 de marzo se ha fijado como la fecha para hablar en torno al consumo y lo que éste conlleva. Ininterrumpidamente, desde hace nueve años, la organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU)*, han sido las instituciones encargadas de definir el tema central, que en esta ocasión se refiere al **derecho que el consumidor tiene a ser protegido contra aquellos productos y servicios que representen un peligro para la vida y la salud.**

Este derecho es una de las principales preocupaciones entre las organizaciones mundiales de consumidores, retomada en los documentos fundamentales de la IOCU, que son un punto de referencia para los gobiernos de todo el mundo, particularmente en los países en vías de desarrollo, para elaborar y reforzar políticas y leyes apropiadas en materia de consumo.

En esta ocasión, las actividades conmemorativas tienen como propósito ayudar y orientar al público ante



situaciones como la seguridad individual frente a prácticas de mercado dañinas o peligrosas; también buscan ofrecer al consumidor todas las facilidades para presentar sus denuncias y hacer valer sus derechos; establecen la obligación del proveedor de dar una información clara y adecuada al consumidor acerca de los bienes y servicios que se ofrecen, así como brindar una representación legal frente a las decisiones generales que afecten al consumidor.

Un festejo particular

Las actividades que se realizarán durante la novena celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor dependen de las iniciativas locales, planes y representación que las uniones de consumidores tengan en cada uno de los países del mundo, pero en general incluirán conferencias de prensa, campañas especiales, eventos públicos, publicaciones especiales, carteles, etcétera.

Fuente: International Organization of Consumers, World Consumer Rights Day 15 March (Día Mundial de los Derechos del Consumidor, 15 de marzo).

* La Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) es un organismo independiente, no lucrativo, con sede en la Haya, Holanda, que opera exclusivamente en beneficio de los intereses de los consumidores.

Agrupa a más de 150 uniones en 50 países y sus principales actividades son: promover la cooperación en la educación para el consumo, brindar información y protección, así como representar a los consumidores en los foros internacionales.

Patricia Briseño

La ONU y los consumidores

El 9 de abril de 1985, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó las directrices para la protección al consumidor; sus principales objetivos fueron:

a) Ayudar a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores.

b) Facilitar las modalidades de producción y distribución que correspondan a las necesidades y los deseos de los consumidores.

c) Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios y de su distribución, a que adopten estrictas normas éticas de conducta.

d) Contribuir a que los países pongan freno a las prácticas comerciales abusivas de todas las empresas, en el ámbito nacional e internacional, que perjudiquen a los consumidores.

e) Facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor.

f) Fomentar la cooperación internacional en la esfera de la protección al consumidor.

g) Promover el establecimiento en el mercado de condiciones que den a los consumidores una mayor selección de productos a precios más bajos.

Desde hace seis años, en la ONU se ha seguido propiciando la atención a estos lineamientos; por ejemplo, en julio de 1988 el representante de Noruega, en nombre de Australia, Canadá, Egipto, España, Grecia, India, Noruega, los Países Bajos, Pakistán, la República Federal de Alemania, Uruguay y Venezuela, presentó un proyecto de resolución titulado "Protección del Consumidor", ante el Comité de Cooperación y Coordinación Internacional, dentro del sistema de las Naciones Unidas. Posteriormente se unieron a los patrocinadores del proyecto de resolución, Japón, el Reino Unido de la Gran Bretaña, Irlanda del Norte y Somalia.

El proyecto de resolución original pedía al secretario general lo siguiente:

1. Instar a todos los gobiernos a poner en práctica las direcciones para la protección del consumidor y seguir desarrollando, según corresponde, la legislación y las políticas nacionales en esa esfera de acción.

2. Continuar promoviendo, con sujeción a la disponibilidad de recursos extrapresupuestarios, la aplicación a las directrices y asegurar la coordinación de todo el sistema a ese respecto.

3. Seguir prestando asistencia a los gobiernos, en particular a los de países en desarrollo, para que puedan aplicar las directrices, fondos y programas de desarrollo de las Naciones Unidas, de las comisiones regionales y otros órganos y organismos competentes del sistema de las Naciones Unidas.

4. Realizar un informe en el bienio 1990-1991 al Consejo Económico y Social sobre los avances y logros de la presente resolución.

El Comité aprobó el proyecto de resolución el 27 de julio de 1988; posteriormente se acordó que el secretario general iniciara inmediatamente las siguientes actividades necesarias para aplicarlo:

a) promoción de las directrices;

b) presentación de asistencia a los gobiernos que la solicitaran;

c) organización de seminarios regionales y,

d) consultas con los gobiernos sobre los progresos realizados en la consecución del proyecto, así como la preparación de un informe que se presentaría al Consejo Económico y Social en el bienio 1990-1991.

Asimismo, el secretario general contrataría, durante un año, los servicios de un experto de alto nivel para promover la aplicación de las directrices y para prestar asistencia técnica a los gobiernos que lo solicitaran. Ese experto iniciaría los preparativos de seminarios regionales, a petición de los gobiernos. Una vez concluida esa etapa, se encargaría de las actividades ulteriores con asesores en las comisiones regionales.

Este proyecto de resolución le dio más fuerza a las directrices para la protección al consumidor.

En otra instancia, se han hecho acciones por diversos grupos a favor de los derechos del consumidor; por ejemplo, miembros y amigos de la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU), han estado realizando propuestas para que sean tomadas en cuenta por la ONU. Por el momento se han acordado tres:

1. Los países desarrollados que tienen la posibilidad de contribuir para el programa de protección al consumidor de las Naciones Unidas, podrán discutir los requerimientos del mismo.

2. Podrán contribuir, llevando a cabo una investigación de su legislación nacional al consumidor, para determinar si ésta responde a los puntos decididos en las directrices de las Naciones Unidas.

3. Podrán solicitar a las Naciones Unidas que realicen un Directorio Internacional de Productos de Consumo, que han sido establecidos como dañinos e ineficaces.

Ante los cambios económicos y los giros en los mercados comerciales en todo el mundo, es cada vez más grande la necesidad de promover organismos internacionales que consigan ampliar la cobertura de protección al consumidor.

Laura Esquivel

Como agua para chocolate

"La cocina de una sociedad es un espacio donde se conjugan múltiples colores, olores y sabores, en el cual, aparte de sazonarse el aceite y la cebolla para lograr una exquisita sopa de fideos, se cocinan día a día los ingredientes para lograr una mejor sociedad".

Conocedora y analista de este apetitoso fenómeno, Laura Esquivel abre las puertas de su cocina y de su experiencia para charlar al respecto con la **Revista del Consumidor,** en este mes en el que se celebra el Día Mundial de la Mujer, donde se destacan los derechos y la importancia del **oficio de ser mujer.**

El gusto por el gusto

Laura Esquivel de Arau nace en el Distrito Federal el día 30 de septiembre de 1950, dentro de una familia amante de las tradiciones mexicanas, cursó estudios para educadora, después se especializó en teatro infantil, teatro y literatura dramática. En 1985 incursiona en el medio cinematográfico con el guión de la película *Chido Guán, el tacos de oro* con el cual obtiene la nominación de la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas para el Ariel.

Como agua para chocolate es su primera novela y está dedicada a "todas aquellas personas que sienten un inmenso amor por la cocina y pasan gran parte de su vida dentro de ella.

"Yo tenía ganas de hacer una novela. Me apoyé en la técnica cinematográfica y escribí mi película ideal sin limitaciones de ninguna especie, evoca Laura Esquivel en medio de una agradable atmósfera con olor a nardos y flores secas. La elección del tema radica en mi interés por rescatar todo el pasado que está implícito en las recetas y remedios caseros y en el deseo de que cada uno conozca de dónde viene; siendo que allí es donde se encuentra nuestra historia como pueblo".

Tita es la hija menor de una familia conservadora y tradicionalista residente en Piedras Negras, Coahuila; es la protagonista de una historia en donde cada una de las recetas, platillos y remedios caseros, encierra, para ella, momentos claves.

El porqué del tema de la cocina y del ámbito doméstico radica en que, dice la autora, provengo de una generación en la cual permanecer en la cocina era considerado improductivo. Las mismas mujeres devaluaban esta actividad por no tener una contribución económica; parecía que la vida que valía la pena vivir estaba fuera de casa, en el mundo público y de la producción. Visto de esta manera, es lógico que la literatura escrita por mujeres describa las actividades del hogar, mencionando la culpa, más no el gozo.

"Afortunadamente, advierte nuestra entrevistada mientras ob-

serva un enorme cuadro que plasma la figura de cinco santos, "enmascarados de plata" en el cielo, firmado por su esposo, Alfonso Arau, parece que las cosas están cambiando. Poco a poco han ido desapareciendo los preceptos religiosos y morales que contaminaban las relaciones de pareja. Un gran número de mujeres podemos estudiar y trabajar, pero esta participación está, desde mi punto de vista, determinada por nuestra estrecha relación con los hijos, la sexualidad, el fuego, la alquimia, el hogar y la vida".

Tita era entre todas las mujeres de la casa la más capacitada para ocupar el puesto vacante de la cocina, y escapaban de su riguroso control los sabores, los olores, las texturas y lo que éstas pudieron provocar.

Ante la pérdida del contacto con lo íntimo, la tierra y lo femenino, Laura Esquivel considera que "es necesario entrar, de nuevo, en comunión alimenticia con el pasado, conectarse con su origen, olvidado por la producción y el consumo irracional. Se ha perdido el rito. La modernidad ha roto con ella. El hombre está perdido en un laberinto de productos idénticos, las casas, la ropa y la comida en lata.

"Existe un hilo para conducirnos a ella y es, ni más ni menos, la nostalgia con el pasado. La nostalgia tiene que ver con todo lo que hemos perdido, con los ritos, con lo íntimo, con lo femenino. Rescatar el poder creativo del fuego y llevarlo al hogar. Recuperar la cocina como un espacio de conocimiento donde se hace arte y vida. En donde se unen los productos de la tierra con los del aire, el pasado con el presente".

Apresurada por los compromisos, las llamadas telefónicas y entrevistas concedidas por la autora que, al año de haber publicado su primera novela, logró una sexta reimpresión, Laura Esquivel no pierde la calma mientras sigue conversando: "En la cocina se concilian los cuatro elementos de la naturaleza en un platillo, más un quinto que yo añadiría y que es la carga afectiva sensual, que cada persona transmite a la comida en el momento de prepararla".

Tita supo en carne propia por qué el contacto con el fuego altera los elementos, porqué un pedazo de masa se convierte en tortilla, por qué un pecho sin haber pasado por el fuego del amor es un pecho inerte, una bola de masa sin ninguna utilidad.

Laura Esquivel, al igual que Tita de la Garza, opina que "el acto de comer es un acto de amor. Donde se invierte, revierte y amalgama el rol sexual de la pareja.

"Aquí no hay guerra de sexo. Está superada. Sólo hay un gran gozo. Las mujeres y los hombres tienen la oportunidad de regresar a la casa que abandonamos, pero ahora conscientemente, a otro nivel. Y juntos sacralizar nuestro hogar, hacerlo nuevamente un lugar de comunicación con el cosmos. Recuperar el fuego y el alimento sagrado que nos remite con el pasado, fuente del futuro".

Al estudio cinematográfico

Actualmente, **Como agua para chocolate** se está traduciendo a doce idiomas, inglés, francés, alemán, italiano, sueco, holandés y húngaro, entre otros. Asimismo, por estas fechas se lleva a cabo en ciudad Acuña y Piedras Negras, una coproducción cinematográfica entre México, Francia e Italia, bajo la dirección de Fernando Aura.

Así, entre sartenes y una maquina de escribir, está Laura; entre el amor, la fidelidad y la paz interior que dejan translucir sus palabras.

Patricia Briseño

Por qué ocurren y cómo evitarlos

Las carreteras federales del país ofrecen óptimas condiciones de seguridad para los conductores de automóviles y camiones; no obstante, la Policía Federal de Caminos informó a la **Revista del Consumidor** que en el lapso de enero-noviembre de 1990 se registraron 52 mil 732 accidentes en carreteras. ¿Cuál es la causa de este fenómeno?

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) afirma que más del 60 por ciento de los accidentes carreteros son atribuibles al factor humano. Las causas principales son conducir con exceso de velocidad, bajo la influencia de bebidas alcohólicas, fatiga del operador o falta de respeto a las normas para manejar.

En favor de nuestra seguridad

Ante este considerable número de accidentes, la Dirección de Medicina Preventiva en el Transporte de la SCT reitera a los usuarios de las carreteras nacionales las siguientes recomendaciones:

- Antes de iniciar su viaje, revise todas las partes mecánicas y eléctricas de su vehículo.
- No ingiera bebidas alcohólicas antes o durante su recorrido.
- Programe debidamente su itinerario.
- Use el cinturón de seguridad a fin de evitar lesiones graves en caso de accidente.
- Respete los señalamientos de velocidad establecidos, así como los preventivos.
- No conduzca por un periodo mayor a cuatro horas continuas sin descansar 30 minutos mínimo.
- Conceda el cambio de luces si maneja por la noche.
- Encienda sus faros y disminuya su velocidad en zonas de niebla o lluvia.
- No arroje desperdicios a la cinta asfáltica.
- Mantenga su distancia con respecto al vehículo que le precede.
- No rebase en curva ni con línea continua.
- Evite conducir en caso de que padezca afecciones respiratorias o cardiacas.
- Haga el alto total antes de cruzar la vía.
- Extreme precauciones al amanecer y anochecer, cuando la visibilidad es menor.
- Revise llanta de refacción y herramientas en general.

Accidentes en carretera

Modernización de carreteras

El presente gobierno ha insistido mucho sobre la modernización del sistema carretero. Se afirma que durante los próximos seis años deben construirse cuatro mil kilómetros de distintos tramos con altas especificaciones.

¿Por qué esta modernización debe ser realizada por inversionistas privados y no por el gobierno mismo? ¿En qué beneficia este programa a los conductores?

Para responder a estas preguntas la **Revista del Consumidor** entrevistó al ingeniero Horacio Zambrano Ramos, director general de Carreteras Federales, quien gentilmente comentó:

"Los grandes problemas carreteros del país se refieren a dos áreas importantes: uno, modernizar aquellos puntos de la red básica que ya son conflictivos. Un alto volumen de tránsito automovilístico en crecimiento está operando en carreteras que al momento son obsoletas. Por lo tanto, la modernización de la red troncal es impostergable pues de no hacerlo se causarían graves trastornos a la economía del país.

"El otro gran problema, señala el funcionario, es continuar con la integración territorial del país, que es tan importante como lo primero. Entre los tramos carreteros de integración que se llevan a cabo se puede mencionar el de Chihuahua-Hermosillo, que conecta al Altiplano con el Pacífico, el de Guadalaja-

ra-Manzanillo que forma parte de un troncal muy importante que es el de Matamoros a Barra de Navidad.

Participación de la I.P.

"Ubicados los dos grandes problemas, continúa el ingeniero Zambrano, habrá que poner más énfasis en el primero de ellos: la modernización de la red básica.

"Dada la necesidad impostergable de modernizar nuestra red y la rapidez con que se debe hacer, no hay otra forma de llevarlo a cabo que con la participación de la iniciativa privada, pues los fondos que tradicionalmente se asignaban para resolver estos problemas son ya insuficientes".

La meta es llegar a modernizar la red básica carretera del país en 4 mil kilómetros de autopistas de cuota concesionadas. Este kilometraje tiene un costo estimado de alrededor de 20 mil millones de pesos. Dentro de este programa se prevé la construcción de siete puentes internacionales con la frontera de los Estados Unidos.

Una de las características que deben reunir las obras concesionadas, continúa el director general, es contar con un volumen de tránsito suficiente que permita el transporte fluido y eficiente, así como recuperar el capital invertido en las obras por medio de las cuotas que pague el usuario. Las cuotas se fijan de tal manera que lo que paga el usuario es muy inferior al beneficio que recibe a cambio de viajar por esas carreteras.

Siempre existe la alternativa de que el conductor tome la decisión de irse por la carretera de cuota o por la libre, reflexiona el ingeniero Horacio Zambrano y agrega:

"Las carreteras de cuota son de alta seguridad, de una gran rapidez y comodidad. En su momento las carreteras federales fueron de las mejores especificaciones, pero con el transcurso del tiempo algunas han quedado obsoletas pues el volumen de tránsito y las condiciones de autotransporte han evolucionado en forma muy veloz, y no así nuestras carreteras".

Kilométricos ahorros

Para los conductores de vehículos, utilizar las carreteras de cuota concesionadas significará tener grandes ahorros en su economía, debido a que se reduce el tiempo de traslado. También hay ahorro de energéticos en los vehículos y horas-hombre. Además, una de las metas básicas es evitar un gran número de accidentes.

Por otra parte, agrega, el hecho de que se construyan autopistas de cuota concesionadas no quiere decir que se abandone la conservación de la red básica troncal. Seguramente muchos conductores preferirán usar otras carreteras, ya sea porque sus recorridos son más cortos o porque las poblaciones a las que van no están comunicadas por las nuevas vías. Por ello, la red básica que se ha construido con bastante esfuerzo debe mantenerse.

Las nuevas autopistas de cuota; especifica; se están construyendo en aquellos puntos o tramos de la red nacional que ya están congestionados, en donde no construir una nueva ruta o carretera le produce al país un grave problema económico que se refleja en los costos de traslado de los propietarios de los autotransportes que, a su vez, repercuten en los consumidores.

El que estemos tratando de construir carreteras con este nuevo esquema no significa que se entre en competencia directa con las carreteras actuales; van a continuar usándolas muchos conciudadanos, pero el programa de las nuevas autopistas va a permitir que se descongestionen las actuales.

Es decir, los beneficios no sólo son para quienes utilicen las carreteras de cuota concesionadas sino para todos los conductores que transitan por las carreteras del país, finaliza el ingeniero Horacio Zambrano Ramos.

Más modernas, más seguras y más rápidas. La diferencia será el monto de la cuota. ¿Por la vieja o por la nueva? Usted decide, pero cualquiera que sea su elección no olvide extremar sus precauciones al manejar.

Amalia Beltrán

Ferias mecánicas

No juegue con su seguridad

Es cierto que acudir a una feria de juegos mecánicos resulta ser una grata experiencia, plena de emoción y diversiones. Sin embargo, cuando no se toman las precauciones necesarias para su uso y disfrute, suelen ocurrir desafortunados percances que al final hacen decir a mucha gente que la verdad "les fue como en feria".

Luces y colores

La feria es un espacio mágico con olor a palomitas, buñuelos y algodones color de rosa. Las bocinas, colocadas en lo alto de algún poste, hacen más intenso el ambiente festivo al dejar escapar melodías rítmicas para que la gente se anime a echar las canicas en los agujeros numerados y así poder llevarse el mejor premio: un torito, el "Cantinflas" o el "Santo" en yeso.

Hay alguien que prueba su suerte en el tiro al blanco con el rifle de municiones para matar el tiempo a costa de la habilidad visual y el pulso, juego donde es necesario atinarle a los personajes de plomo que desfilan entre foquitos parpadeantes.

También está la suerte de arrojar aros de madera para ensartar botellas, juguetes, golosinas y otros premios para los más diestros; si no se corrió con mucha suerte, ahí están los dardos para reventar los globos atados a una tabla y así obtener a cambio el "oso de peluche para la dama" o el "cochinito de barro para el chamaco".

Pero en una feria, los juegos mecánicos son el "platillo fuerte" para el visitante, quien con deleite mira cómo la naturaleza se recrea en osos voladores y flores de metal, gusanos zigzagueantes y mariposas motorizadas. Las tazas son enormes flores que giran combinando una lluvia de color y gritos emocionados; pintorescos caballitos policromos atravesados por un tubo, que parecen cabalgar tras la felicidad ansiada por sus pequeños jinetes; una colosal rueda de la fortuna gira majestuosa en medio de luces de neón para ofrecerle a sus audaces invitados otra forma de ver el mundo; el látigo que serpentea violento en canastillas profusamente adornadas; y qué decir de los carros chocadores que arrancan a cada golpe el susto y la carcajada, o de las sillas voladoras que son un viaje circular de modernos *papantlecos* en un rito consagrado a la felicidad.

Con los "pelos de punta"

Inmersos en el vértigo de las emociones fuertes que asegura una feria con juegos mecánicos, la **Revista del Consumidor**

platica con la maestra Blanca Elena Mancilla, psicóloga clínica e investigadora de la Facultad de Psicología de la UNAM, quien comparte con nosotros su opinión en torno a la preferencia que la gente tiene por esos juegos que la divierten y le ponen "los pelos de punta".

"En realidad la gente busca las 'emociones fuertes', esa angustia que le producen los juegos mecánicos, como una forma de darse placer; es una regresión al servicio del 'yo', es decir, un uso de la capacidad de gozo para disfrutar el momento".

Esta angustia que es fuente de placer, señala nuestra entrevistada, es similar a la que experimenta un jugador de pókar o la gente que va a la "Casa de los Espantos", aunque allí los monstruos y demás figuras amenazadoras son ubicadas como el objeto-fuente de la angustia.

"Este comportamiento no es necesariamente patológico, puede serlo cuando se hace compulsivo y escapa al control del individuo, cuando ya no se está disfrutando, sino que se convierte en un verdadero sufrimiento o en una experiencia que provoca conflictos colaterales. En el caso del 'junior' que gusta de correr en su moto o auto a grandes velocidades, su conducta está motivada por contenidos autodestructivos; por su parte, el jugador de pókar podría sumergirse en una angustia patológica que pudiera acarrearle problemas económicos y familiares; pero en el caso de la gente que visita con frecuencia los juegos mecánicos la idea de compulsión sería muy improbable, en todo caso pudiera estar más relacionada con el masoquismo".

La maestra Mancilla destaca que esta conducta que busca a la angustia como fuente de placer está directamente asociada con el medio, donde es común encontrarse con que a las personas, desde pequeñas, se les acerca a juegos de azar en los que la angustia como fuente de placer está siempre presente, la oca o la lotería, por ejemplo.

Infortunios y latigazos

El enorme y creciente atractivo que ejercen en la gente las ferias de juegos mecánicos itinerantes ha dado lugar al establecimiento de gigantescos y espectaculares centros de diversión donde la emoción puede abordar el carro más moderno y audaz que la tecnología más sofisticada pone a su alcance.

No obstante, esa búsqueda de emoción frente al peligro puede convertirse en un suceso que jamás olvidará por las lamentables consecuencias que acarrea la falta de precaución.

De esta forma, la rueda de la fortuna puede ser una desafortunada experiencia y el látigo un doloroso golpe a su salud si usted hace caso omiso a las recomendaciones mínimas para el uso seguro de dichos juegos, o bien, cuando éstos no cumplen con los requerimientos mecánicos señalados por las autoridades.

Entrevistado por esta revista, el doctor Mario Cuevas, jefe del Servicio de Urgencias del "Hospital Juárez", advierte que "los movimientos bruscos y violentos de algunos juegos mecánicos son peligros reales para sus usuarios. "Creo que toda persona tiene derecho a hacer uso de estos juegos, pero también tiene la obligación de ser consciente de su estado de

Para poder ahorrar

Voy a apagar la luz

El consumo de energía eléctrica suele representar un gasto importante dentro del presupuesto familiar, en el que el monto muchas veces está determinado, más que por la tarifa del servicio, por el desperdicio de energía. A fin de lograr un óptimo ahorro de este recurso energético en el hogar, nos permitimos ofrecerle algunas sugerencias prácticas para su mejor aprovechamiento.

La instalación eléctrica

El primer aspecto que debe revisar es la instalación eléctrica en su hogar. Una forma sencilla para saber si ésta se encuentra en mal estado, es verificar si al conectar algún aparato de gran potencia (el refrigerador o la plancha, por ejemplo) la intensidad de la luz baja o el tamaño de la imagen del televisor disminuye; esto es un síntoma claro de que algo anda mal en nuestra instalación eléctrica.

Asimismo, cualquier "fuga" de electricidad en la instalación aumenta el consumo y perjudica su presupuesto. Para detectar una falla de este tipo basta con realizar una prueba sencilla: sin quitar el interruptor general o *switch*, desconecte todos los aparatos eléctricos y apague todas las lámparas; de ser posible, desconecte también el timbre. Enseguida, observe con cuidado el disco de su medidor eléctrico, si éste gira, existe una "fuga" eléctrica importante que usted no puede pasar por alto y que un técnico deberá reparar.

Por otra parte, si su medidor no funciona en forma correcta, es evidente que cualquier intento de ahorrar energía eléctrica será inútil, por lo cual convendrá verificar su funcionamiento. Para hacerlo, baje el interruptor general: si el disco giratorio no se detiene es signo de una avería grave en el aparato. Avise inmediatamente a la Comisión Federal de Electricidad o a la Compañía de Luz y Fuerza del Centro, la cual reparará o, en su caso, cambiará el medidor.

Farol de la calle

Otra forma recomendable de ahorrar electricidad en el hogar es cambiando los focos convencionales por otros de menos watts, o por tubos fluorescentes en algunas áreas de su casa, como la cocina, el baño o los cuartos de trabajo y estudio. Este tipo de lámparas produce mayor luminosidad que un foco de igual capacidad y su duración es diez veces mayor.

Patricio.

En cuanto al refrigerador, éste es un aparato cuyo consumo de energía eléctrica implica un gasto considerable en el registro global, tanto por su motor de gran potencia como por el hecho de que requiere un consumo de energía permanente, pues pocas veces se desconecta.

La eficiencia de un refrigerador está en función de su capacidad de enfriamiento y de aislamiento térmico. Para conocer dicha capacidad de aislamiento, coloque una hoja de papel entre la puerta y el marco del refrigerador; cierre la puerta y jale la hoja. Si ésta sale sin dificultad, es señal de que el aire frío se está escapando y, por consiguiente, hay un desperdicio de energía. Convendrá, en este caso, cambiar el empaque de hule del aparato. Evite guardar alimentos calientes en el refrigerador.

Para planchar el presupuesto

La plancha es otro de los aparatos electrodomésticos que tienen un gran consumo de energía. Para ahorrar, conviene planchar toda la ropa de una sola vez, evitando así el gasto del energético desde su encendido hasta que se calienta lo suficiente. Asimismo, procure planchar primero las prendas de algodón y después, con la plancha desconectada, prosiga con aquellas telas que requieran menos calor. Por último, procure que su plancha se conecte individualmente, pues cuando se enchufan varios aparatos en el mismo contacto todos operan en forma deficiente y el consumo de energía eléctrica se incrementa.

En el caso del televisor y el radio, se recomienda vigilar que no estén encendidos cuando nadie los escuche o vea.

Por su parte, la lavadora debe emplearse uno o dos días fijos en la semana, a fin de tener suficiente ropa para llenarla hasta su máxima capacidad; si lava menor cantidad estará desperdiciando electricidad y agua.

En referencia al empleo de la aspiradora, cabe señalar que este aparato cuenta con accesorios de fábrica que garantizan su eficiencia; si respeta los instructivos consumirá menos energía.

Finalmente, no olvide que "el buen juez por su casa empieza"; por ello, tenga a la mano estas recomendaciones que le permitirán aprovechar en forma adecuada el servicio de energía eléctrica en bien de los suyos y de su economía familiar.

Cooperativas de pensionados y jubilados

La vejez, ningún impedimento

Los jubilados y pensionados del país pueden contar con algunas opciones ocupacionales que les permitan participar en la vida productiva y, por ende, obtener un salario.

El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), ofrece algunas opciones, pues tiene entre sus tareas la atención a grupos de jubilados y pensionados. Destaca en esta labor el programa de bienestar social y desarrollo, a través del cual la población senecta y pensionada goza de las prestaciones sociales vía la promoción de cursos de capacitación y la creación de cooperativas de producción y autoconsumo.

Aprovechar la experiencia

El licenciado Guillermo Hernández, jefe de la Oficina de Organización y Concertación Social, explica a **la Revista del Consumidor**: "Es interés del IMSS darle oportunidad y atención a ciertos grupos de bajos recursos con el propósito de que ellos mismos se procuren sus productos".

De manera particular, al organizar a los jubilados y pensionados en cooperativas de producción o de autoconsumo, se les está ofreciendo una nueva oportunidad de participar y mostrar de lo que son capaces cuando se tiene entusiasmo y deseo de progresar.

Uno de los propósitos de integrar a los jubilados y pensionados a la actividad productiva, es el de aprovechar su experiencia.

"Se pretende, afirma el licenciado Guillermo Fernández, que el jubilado o pensionado recupere su propia autoestima mediante este programa, ya que al incorporarse a una actividad productiva, se convierte en una persona útil dentro de su comunidad, dentro de su familia y frente a sí mismo, pues al tener una ocupación ya no depende de la familia; por el contrario, llega a aportar un ingreso considerable con su labor".

Asesoría gratuita

Antes de otorgar los créditos necesarios a los grupos de jubilados y pensionados, el IMSS hace un diagnóstico del proyecto a través de un grupo de asesores, quienes señalan si es factible llevar a cabo el proyecto de cooperativa; en caso de serlo, el IMSS presta asesoría para acelerar todos los trámites.

En la actualidad existen alrededor de 130 cooperativas en el territorio mexicano. Generalmente el giro productivo a que se dedican es la maquila de ropa.

Dentro de este contexto, el encargado de Organización y Concertación Social del IMSS, señala que esta idea ha funcionado porque hace participar a todos los miembros de la sociedad.

Se ha visto que existe una mejor cooperación cuando se integran elementos con experiencia, como los jubilados y pensionados, y elementos jóvenes que tienen el entusiasmo necesario para sacar las cosas adelante.

El licenciado Fernández aclara que los cursos de capacitación "no son exclusivos para los jubilados o los derechohabientes del instituto. Este programa se amplía al público en general y puede participar quien así lo desee en la integración de las cooperativas".

El objetivo primordial de los cursos, es que las personas que participen aprendan un oficio, aprovechen su tiempo libre y obtengan beneficios económicos.

En el IMSS varios pensionistas y jubilados han encontrado la motivación y el apoyo necesarios para integrarse a cooperativas productivas de autoconsumo en entidades como Oaxaca, Baja California y el Estado de México; en todas ellas, el común denominador ha sido el deseo por seguir expresándose a través del trabajo productivo.

En Oaxaca, por ejemplo, gracias al interés de jubilados y pensionados para capacitarse en la especialidad de carpintería, aprendieron a trabajar la madera y así nacieron sillas, mesas y distintos muebles.

Esta inquietud se apoderó de los jubilados y pensionados, y lo que empezó como una actividad para su autoconsumo, pasó a ser para la producción comercial.

Gracias a un convenio celebrado entre el IMSS y los jubilados se pudo llegar a un acuerdo mediante el cual dicha cooperativa produjera y suministrara ataúdes a los velatorios del IMSS. Posteriormente, comenzó la distribución hacia otros mercados del interior del estado.

Otro caso se dio en Tijuana, Baja California. En esta ciudad, un grupo de jubilados junto con otros integrantes de los centros de instrucción, dispusieron de un terreno federal para la siembra del nopal.

En un principio, esta actividad iba encaminada a poner en práctica sus enseñanzas para cubrir el autoconsumo. Posteriormente, decidieron lanzarse a la aventura de abastecer el mercado local obteniendo un éxito inmediato, pues el precio del nopal que ellos cultivaban y vendían era muy inferior a la oferta general. La venta se realizaba directamente con el consumidor, sin pasar por los intermediarios.

Similar proyecto se dio en la ciudad de Toluca (Estado de México), donde hasta la fecha funciona una panadería en cooperativa y donde la mayoría de sus miembros son pensionados y jubilados, participantes de un curso de repostería impartido por instructores del IMSS.

¿Dónde informan?

Los cursos de capacitación se ofrecen en todas las delegaciones del IMSS en la República Mexicana; existen aproximadamente 117 centros donde el público consumidor, sea o no jubilado o derechohabiente, tiene la oportunidad de capacitarse en un oficio que le sirva en su vida diaria: entre los cursos con que cuentan los centros de capacitación del instituto sobresalen los de cultura de belleza, carpintería, electricidad, repostería, corte y confección, mecanografía y taquimecanografía.

Si desea mayor información en cuanto al apoyo y asesoría para la conformación de cooperativas de producción y autoconsumo, acuda a las delegaciones y centros de Seguridad Social más cercanos a su domicilio.

Miguel Genaro Prieto

¿Precios?

Nuevo servicio del INCO para el consumidor

¿Le interesa conocer el precio de la carne? ¿desea confirmar el costo del kilo de huevo en su localidad? ¿quiere saber los precios y tarifas de bienes y servicios en su entidad? Le tenemos una buena nueva: ya puede usted tener acceso directo en su lugar de origen al servicio gratuito de precios al consumidor que le brinda el INCO mediante su nuevo servicio telefónico.

¿Quién es quién en los precios?

A raíz de la creciente demanda del servicio telefónico de precios al consumidor en la ciudad de México y zona metropolitana, el Instituto Nacional del Consumidor decidió ampliar su cobertura para beneficio de otros consumidores del país, con base en el establecimiento de un nuevo sistema telefónico, sin costo alguno para el interesado.

La información que brinda este nuevo servicio del INCO abarca precios, por zona y entidad, de abarrotes comestibles, artículos de limpieza para el hogar y uso personal, alimentos perecederos, medicamentos y aparatos electrónicos; así como información de las Delegaciones de Secofi, Profeco y del propio Instituto Nacional del Consumidor.

La decisión de proporcionar exclusivamente esta información fue dada por la alta frecuencia con que estos datos han sido requeridos por la población consumidora durante el tiempo en que ha funcionado este servicio. Asimismo, esta información es estratégica si se considera su importancia para la distribución del gasto familiar al tratarse de precios sobre productos de consumo generalizado.

Servicios y beneficios

Con este servicio de precios por teléfono, el consumidor de cualquier punto de la República Mexicana, mediante una llamada, tiene acceso gratuito al banco de datos del INCO en la capital de su entidad para conocer o verificar el precio de los productos de consumo generalizado, con el fin de orientar sus compras, o bien, para documentar inconformidades con algún proveedor en su entidad de origen.

Con sólo una llamada

El nuevo servicio de precios por teléfono solamente ofrece información de productos de consumo generalizado, siempre y cuando éstos no excedan cinco datos por llamada o integren listados completos de precios. Tampoco será posible proporcionar precios comparativos entre establecimientos ni porcentajes de incrementos.

Para poder hacer uso de este servicio, basta con que el consumidor de cualquier punto del país marque el 91800 y el 568-87-22 de las oficinas centrales del INCO en la ciudad de México. Con este servicio, se amplía la cobertura y agilidad de atención al consumidor. ¡Úselo, está al alcance de su mano!

Alimentos enlatados

De la lata a la boca, la calidad se nota

Para conocer la calidad del atún y la sardina enlatados, los especialistas del Instituto Nacional del Consumidor llevaron a cabo un estudio comparativo de seis marcas de estos productos, tanto de origen nacional como extranjero, a fin de ofrecer a los consumidores información precisa que les permita realizar una buena elección.

Los resultados de este estudio permiten observar que, según los resultados obtenidos en un análisis similar realizado en 1989, los fabricantes de las marcas nacionales de atún corrigieron las deficiencias detectadas anteriormente en el peso drenado, lo que representa un beneficio para el consumidor.

Asimismo, tanto en el aspecto físicoquímico como en el organoléptico la calidad de las marcas nacionales mejoró notablemente, al ofrecer productos competitivos en relación con los de importación.

A los puntos anteriores se debe añadir que el precio de las marcas nacionales es, en promedio, tres veces menor que el de los productos extranjeros.

Lamentablemente no se registró el mismo comportamiento en las marcas nacionales de sardinas enlatadas, en las que subsisten deficiencias en el peso drenado así como presencia de vísceras, aletas y partes óseas en el producto, por lo cual su calidad es deficiente respecto a las marcas extranjeras.

Las marcas bajo la lupa

Nuestros investigadores integraron una muestra formada por diez latas de cada marca de sardinas enlatadas nacionales: **Calmex, Portola** y **Excélsior**, así como diez latas de cada marca extranjera: **Grand's Hotels, Palacio de Oriente** y **Calvo**.

Procedieron de igual manera con la muestra de atún enlatado; diez latas por cada marca nacional: **La Torre, Ibarra, Calmex, Herdez** y **La Mar**; y diez de productos importados de las marcas **Calvo** y **Vigilante**.

Las 130 latas se adquirieron en las mismas condiciones en que las compra habitualmente el consumidor en tiendas de autoservicio y de abarrotes del Distrito Federal.

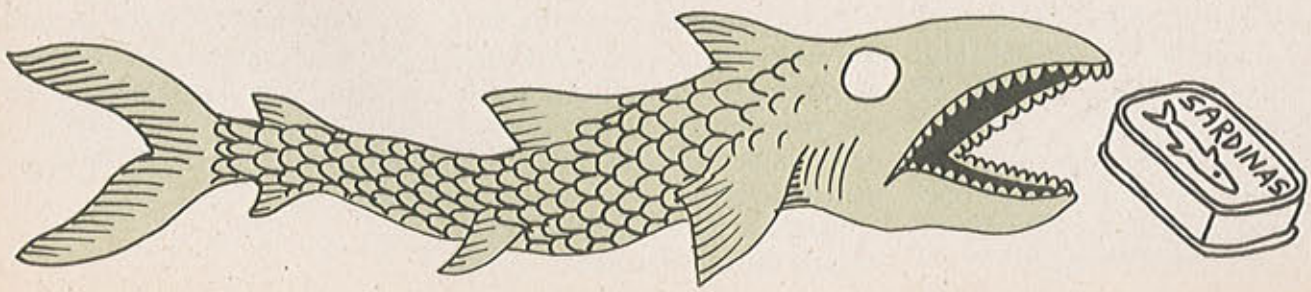
La calidad se mide en...

Para establecer el grado de calidad de los productos se revisaron aspectos de información comercial y etiquetado, peso neto, peso drenado, precio, grado de acidez, concentración de plomo y mercurio, características organolépticas y presencia de vísceras en el producto, entre otros factores.

Información al consumidor: Se verificó la información comercial mínima que debe ostentar la etiqueta: nombre del producto, marca, domicilio del fabricante, peso neto y drenado, razón social del fabricante, lista completa de ingredientes en orden porcentual decreciente, registro de la Secretaría de Salud (SS) y la leyenda "Hecho en México" o, en su caso, país de origen. Esta información debe estar impresa en idioma español, independientemente de la procedencia del producto.

Peso neto: Es el peso del contenido de sólidos y el medio de cobertura (salmuera, aceite, escabeche) en el producto envasado. Se determina por la diferencia del peso total del producto menos el peso del envase vacío.

Peso drenado: Peso del contenido de sólidos exclusivamente. Se determina a través de la diferencia



del peso neto del producto menos el peso del medio de cobertura (salmuera, aceite).

Precio por kilogramo: Es la determinación del precio real del producto en cuanto a su peso drenado, independientemente del tamaño del envase y de la cantidad del medio de cobertura.

Precio del producto: Para establecerlo se consideró el precio más frecuente de la muestra. En aquellos casos en que se registraron variaciones muy grandes se consideró el precio promedio.

Grado de acidez o alcalinidad del producto (pH): Este oscila en una escala de 1 a 14 y determina el grado de tratamiento térmico necesario para asegurar la destrucción de microorganismos patógenos. Asimismo, es un indicador del deterioro posible del producto cuando su valor se desvía de los límites establecidos.

Concentración de plomo y mercurio: La presencia de altas concentraciones de estos metales pesados puede dar lugar a un proceso de bioacumulación que afecta la salud del ser humano.

Vísceras: La presencia de éstas en el producto indica irregularidad en la limpieza y procesamiento industrial de las especies.

Características organolépticas: Son aquellas que se determinan mediante los órganos de los sentidos: olor, color, sabor, etcétera.

Estos fueron los resultados

Atún: En la presente investigación se estudiaron cinco marcas nacionales y dos de procedencia española; todas cumplieron con el peso neto declarado en la etiqueta, excepto **Calmex** que en su presentación de 198 gramos tuvo un faltante superior al 4 por ciento tolerado por las normas oficiales mexicanas.

Cuatro marcas nacionales registraron la presencia de plomo en muy bajas concentraciones. En ninguna se encontró mercurio ni se detectó la presencia de vísceras o partes óseas en el producto.

En el análisis organoléptico, se evidenció una calidad sensorial adecuada del atún en casi todas las marcas.

La mayoría de los productos analizados alcanzaron una evaluación global mayor de 90 puntos, pero la gran diferencia identificada en el precio por kilogramo, tres veces superior en las marcas españolas, ubicó a los productos nacionales como una mejor opción en cuanto a calidad y precio.

Entre las marcas mexicanas, **Herdez** destacó como una buena alternativa de compra para el consumidor, ya que registró la más alta calidad y un precio similar al de otras marcas del país.

Sardina: Para este alimento, el análisis incluyó tres marcas nacionales y tres de origen español. Las marcas mexicanas **Excélsior** y **Calmex** no cumplieron con el peso drenado declarado en sus etiquetas. Además, en **Excélsior** se detectaron deficiencias en el contenido neto.

Por su parte, la marca **Portola** presentó la información comercial en inglés y no declaraba el peso drenado. Esto contraviene lo dispuesto en los artículos 5 y 7 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como el 210 de la Ley General de Salud.

Con excepción de las marcas españolas **Calvo** y **Grand's Hotels** todas las muestras presentaron aletas, colas, vísceras y partes óseas en el producto; además, las marcas **Excélsior**, **Calmex** y **Calvo** registraron la presencia de plomo en bajas concentraciones.

La evaluación global de calidad ubicó a las tres marcas de importación con la mejor puntuación, mientras que las tres marcas nacionales se ubicaron con una calidad baja que llegó, en promedio, a los 68 puntos.

En la comparación de precios fueron mejores los productos mexicanos, que resultaron con un precio diez veces inferior. En vista de lo anterior, es importante que el consumidor tome en cuenta tanto los precios como a la calidad de los productos.

Del mar para usted

Pescado nutritivo y barato

Una de las fuentes de proteína que ha sido consumida por el hombre desde hace miles de años es el pescado: en épocas prehistóricas era el alimento primordial de los grupos nómadas, acostumbrados a la caza y pesca, siendo esta última actividad la de más auge, ya que costaba menos trabajo y producía gran cantidad de alimento.

Al transcurrir los años, la pesca fue haciéndose más popular y en la actualidad es uno de los principales medios de alimentación de la gran mayoría de la población. Aun cuando es una fuente de proteína muy importante, la falta de información ha provocado que se piense que es muy caro comer pescado, debido a que sólo se conocen y comercializan las especies de más alto costo.

Lo relevante en el consumo de este alimento, es que cualquier especie aporta al organismo el mismo valor nutritivo, es decir, que al comer el pescado más barato o más caro, estamos adquiriendo proteínas, hierro y vitaminas del grupo B.

En la variedad está el precio

En esta temporada de cuaresma, busque usted pescado barato; generalmente los más conocidos tienen precios muy elevados. En virtud de las variaciones de precios y debido a la gran demanda de determinadas especies, usted como consumidor tiene la posibilidad de influir en el comportamiento de los precios con sólo adquirir las especies baratas. Para que no la sorprendan, a continuación le sugerimos algunos pescados baratos.

Lisa

El aporte de nutrimentos de la lisa está dado principalmente por proteínas y en menor proporción, vitaminas del grupo B y fósforo.

Se vende fresca, seca-salada y ahumada. La hueva que se obtiene de esta especie se vende seca o fresca.

La lisa es de tamaño mediano, tiene la carne oscura, es de sabor fuerte y con abundantes espinas. Se recomienda freírla y es espléndida ahumada. Su hueva se prepara en pasta para tostadas o bien frita en trozos empanizados. Se puede preparar en gran variedad de platillos como en hojas de maíz, machaca de lisa, a la mexicana, etcétera.

Sierra

Su temporada de pesca es de marzo a mayo y de octubre a diciembre. Su talla máxima es de 70 centímetros y de cuatro kilos de peso. El promedio es de 50 centímetros con 800 gramos a dos kilos de peso.

Su valor nutritivo se da principalmente por proteínas y en menor proporción hierro y vitaminas del grupo B.

Se puede comprar fresco, ahumado, seco-salado. Si se compra fresco, se recomienda cuidar que tenga consistencia firme, olor fresco, suave y moderado; los ojos claros, redondos y brillantes; piel de tono luciente y lustroso.

La sierra tiene la carne oscura y sabor fuerte, propia para filetes (no tiene escamas), para asar o ahumado. Como la carne es de sabor fuerte, se utiliza especialmente en ceviche; pero se puede preparar de diversas maneras: envuelta en papel aluminio, asado, al carbón, en una rica ensalada de sierra, etcétera.

Bagre

Existen principalmente tres variedades de bagre, las cuales son utilizadas igualmente en la cocina. Estas son: bagre azul, bagre bandera y bagre de canal.

Bagre azul: No tiene escamas, su piel es gruesa y dura. Su color va del azul oscuro al azul pizarra. Su talla máxima es de un metro. El promedio es de 46 centímetros con un peso de dos kilos.

Se vende fresco y congelado. Su carne es muy blanca, de deshace fácilmente y tiene pocas espinas.

Bagre bandera: su color es verde azuláceo o café oscuro; tiene el vientre blanco y las mandíbulas presentan barbillas. La cabeza es grande en proporción al tamaño del cuerpo. No tiene escamas.

Se vende fresco. Ofrece poca carne, grasosa, blanca y de sabor fuerte. Cociendo la cabeza y el espinazo se obtiene rico caldo.

Bagre de canal: es pequeño, sin escamas, de dorso negrusco u olivo; el costado es plateado con puntos oscuros y vientre blanco. Tiene barbillas con la cabeza ancha y plana. Su temporada es en febrero, marzo, julio, septiembre y diciembre. Se vende fresco o congelado. Su carne es de color blanco amarillento, de

consistencia firme y espinas fáciles de separar; para guisar hay que quitar la materia viscosa que tiene pegada a la carne.

La compra de cualquier tipo de bagre debe realizarse de acuerdo a la presentación en que se adquiere; por ejemplo, al momento de comprar bagre congelado, debe cuidarse que esté sólido, herméticamente cerrado, sin que despida olores y que no tenga partes blandas o manchas.

Si lo compra fresco debe fijarse en las características que le mencionamos, según la variedad; además debe tener olor fresco, firme al tacto, ojos saltones y color brillante característico, según su especie.

Cómo conservarlo: si es congelado, guárdelo en el congelador inmediatamente, dejándolo en su envoltura original; no lo utilice en un periodo mayor de un mes. Si es fresco, guárdelo en el refrigerador en la parte para carnes, tapado herméticamente y utilícelo en un periodo máximo de dos días.

Nunca lo descongele con agua caliente; hágalo bajo el chorro de agua fría. Después de descongelarlo no se debe congelar de nuevo.

Calamar

Este molusco contiene vitaminas del grupo B y minerales como el hierro y el calcio; su color va del café rojizo al café oscuro en la parte ventral. Tiene muchos tentáculos en la parte superior y la consistencia de su cuerpo, de aproximadamente 47 centímetros de largo, es blanda. Se utiliza para preparar una gran variedad de platillos como ceviches, en escabeche, frito, en su tinta, entre otros.

Atún

Existen principalmente dos variedades de atún, las cuales se utilizan tanto en la industria como a nivel casero, por lo que siempre se encuentran en el mercado, listas para guisarlas. Estas dos variedades son: el atún aleta amarilla y el aleta azul.

Aleta amarilla: considerado como uno de los más finos. Dorso color azul obscuro, casi negro y el vientre plateado; las aletas de amarillo intenso con los bordes negros. Sus escamas son muy frágiles y finas. Se vende fresco fileteado, congelado y enlatado. Su carne es firme, abundante, sin espinas y compacta, de un color rosado tenue hasta el rojo oscuro.

Atún aleta azul: el color de su dorso es azul obscuro, los costados y el vientre tienen un color blanco plateado y con escamas. Se vende enlatado, fresco y congelado. Su carne es firme, compacta, sin espinas y de color rojo; es el más común pero tiene un alto contenido de grasa. También se le conoce como atún rojo.

Si lo adquiere congelado, debe cuidar que esté sólido, herméticamente cerrado, que no despida olores y que no tenga partes blandas o manchas. Si adquiere el atún enlatado, cuide que la lata no presente signos de oxidación, ya sea en las tapas o en la costura lateral, tampoco debe estar abombada. Verifique que no esté golpeada o abollada, que la etiqueta incluya los datos del contenido neto y que no presente olores desagradables o color distinto al característico al momento de abrir la lata.

Se ha demostrado que no existe diferencia entre el valor nutritivo de una y otra variedad de atún, tampoco en su presentación. Recuerde que una vez abierta la lata, se debe vaciar el contenido en recipientes de plástico o de vidrio y mantener en refrigeración el sobrante.

Si lo compra fresco, debe fijarse en las características de su variedad; además, que cumpla con su olor fresco característico, pulpa firme, sin espinas, compacta y de color según su variedad.

En fin, como puede usted ver, las opciones para consumir pescado esta cuaresma, y todo el año, son múltiples. Sólo es cuestión de comparar precios antes de comprar.

Amalia Beltrán

Nueva cultura consumista

La preocupación por el ambiente que desde hace unos diez años existe en Estados Unidos y Europa, empieza a manifestarse como una nueva cultura de consumo. Así, gracias a la presión de grupos ecologistas y organizaciones de consumidores, algunas empresas transnacionales como **MacDonald's, Colgate Palmolive, Monsanto y Kibon,** entre otras, adaptan sus productos a la ola ecologista. Asimismo, los consumidores de Estados Unidos se inclinan cada vez más por los productos biodegradables, con envoltura reciclable y con un contenido mínimo de componentes químicos.

Por ejemplo: **McDonald's** ha cambiado sus cajas fabricadas con espuma de polietileno, que no es biodegradable, por el papel, que sí lo es. **Colgate Palmolive** decidió cambiar el plástico no reciclable de sus champúes (PVC) por uno reciclable (PET). Esta política está siendo aplicada en todos sus productos.

Ante los desequilibrios provocados en el ecosistema por el uso de agrotóxicos y la protesta de los movimientos ecologistas, **Monsanto** empezó a producir hierbicidas menos nocivos.

Como se sabe, los aerosoles que contienen CFC (gas clorofluorocarbono) contribuyen a la destrucción de la capa de ozono. Por ello, **Johnson y Johnson** eliminó este componente de todos sus productos aerosoles, mientras que **Colgate Palmolive** está cambiando sus presentaciones en aerosol por embalajes de accionamiento mecánico.

Fuente: Diario El Financiero, enero de 1991.

Cambios climáticos

El aumento de gases en la atmósfera que provoca el llamado efecto invernadero ocasiona que la mayor parte de la luz solar vuelva a la superficie terrestre, lo cual incrementa la temperatura. Los principales agentes causantes del efecto invernadero son:

1. Clorofluorocarbonos. Se utilizan en aerosoles, sistemas de refrigeración y congeladores domésticos (afectan la capa de ozono).
2. Contaminación industrial.
3. Contaminación urbana proveniente de vehículos automotores.
4. Ganadería (su excremento).
5. Aviación civil y militar (queman mucho oxígeno).

Paradójicamente, se ha comprobado que el dióxido de carbono no es un veneno automático, sino que nos alimentamos de él a través de las plantas; el efecto invernadero tampoco es una maldición ya que a él se debe el muy hospitalario clima de la tierra.

Lo preocupante, es que el hombre puede modificar el futuro del clima. La utilización de grandes cantidades de combustibles sólidos, la tala inmoderada de selvas y bosques, el incremento de gas metano por las técnicas intensivas de cultivo y el uso de clorofluorocarbonos pueden alterar rapidamente el balance térmico natural de la superficie de la tierra.

Fuente: Diario español El País, enero de 1991.

Nuevas bolsas de mandado

Los pañales desechables y las bolsas de plástico no biodegradables son considerados como dos de los principales enemigos de los ecosistemas, ya que después de usados tardan siglos en destruirse. Una solución al problema fue la nueva modalidad de "bolsas ecológicas", recién introducidas en Estados Unidos, que tienen la cualidad de ser fotosensibles: esto significa que cuando van a dar a un tiradero de basura y reciben la luz se destruyen luego de un par de semanas. El 90 por ciento de los mercados estadounidenses ya utilizan bolsas fotodegradables, que pueden soportar hasta 30 kilogramos cada una y resultan más baratas comparadas con las de plástico normal.

Fuente: Diario El Financiero, enero de 1991.

Combinaciones y sugerencias

Cómo sustituir unos alimentos por otros

Conocer las características y virtudes de los alimentos que consumimos nos proporciona un doble beneficio: valorar la importancia de cada alimento para un sano desarrollo; y aprovechar las bondades de saber combinar nutrimentos en favor de una dieta recomendable y económica.

Con vida combine la comida

La nutrición es un fenómeno esencial de la vida y está ligada directamente a la calidad de la alimentación de cada uno de nosotros.

Algunas combinaciones nutritivas		
Cereales	y y v	Queso Verduras Frutas
Leguminosas	y	Verduras
Queso	y y	Verduras Frutas
Huevo	y y	Verduras Cereales
Carne	y y	Cereales Verduras

Sin embargo, ningún alimento ofrece todos los nutrimentos que nuestro organismo necesita, por lo que es indispensable saber combinarlos.

Si a lo anterior agregamos que el gasto en alimentos representa una proporción considerable dentro del presupuesto familiar, se evidencia aún más la necesidad de conocer las opciones que existen para sustituir alimentos y combinarlos en forma adecuada en pro de un ahorro importante, sin menoscabo del valor nutritivo de nuestra dieta.

Las virtudes del pollo

Una forma recomendable para aprovechar al máximo el consumo de pollo es comprándolo entero, pues adquirirlo por piezas resulta más caro. Además, esto le permite aprovechar las vísceras; un pollo mediano, por ejemplo, alcanza para una familia de cinco miembros, pero sabiéndolo combinar y preparar puede rendir hasta para ocho personas.

Así, esta ave puede sustituir al pavo en temporada navideña. Con las vísceras y algunas verduras puede preparar el relleno. Este es un platillo nutritivo y económico que nos aporta proteínas, vitaminas y minerales.

El pescado en cuaresma

El pescado es otro alimento que puede sustituirse fácilmente, pues las especies menos comerciales son más baratas e igualmente nutritivas que las caras. Así, por ejemplo, la lisa entera y la mojarra tilapia pueden prepararse en salsa con verduras y acompañadas de arroz.

Un kilo de este platillo rinde hasta para ocho personas y su valor nutritivo es alto, ya que de él se obtienen proteínas, energía, vitaminas y nutrimentos inorgánicos (minerales). Como puede observarse, ésta es una alternativa ideal para la temporada de cuaresma y en general para todo el año.

Para sustituir a la carne

También existen preparaciones que pueden suplirse por otras gracias a la gran cantidad de combinaciones que es posible elaborar con los tres grupos de alimentos, y que a su vez mantienen la misma calidad nutritiva. Este es el caso de algunos platillos alternativos que forman parte de la cocina tradicional mexicana.

Algunas de estas combinaciones son las de cereales con leguminosas, en las que se complementan los nutrimentos contenidos en ellos como los aminoácidos, con lo cual se obtienen proteínas de mejor calidad que los que tienen por separado, aunque también son fuente importante de hidratos de carbono, vitaminas del grupo B, fósforo, calcio y hierro; asimismo, si incluimos leche, huevos o queso, estaremos aportando a nuestra dieta un elevado contenido proteínico, sin olvidar que estos productos son baratos y están disponibles durante todo el año.

Las leguminosas son importantes tanto por el número de variedades que existen como por su contribución a la alimentación. La parte comestible de las leguminosas son las semillas (generalmente secas) que se encuentran dentro de las vainas. La leguminosas más conocidas y consumidas entre la población son el frijol, haba, garbanzo, soya, etcétera. Las leguminosas son de bajo precio y de fácil preparación; pueden almacenarse con facilidad durante periodos prolongados para ser utilizadas y consumidas en el mediano plazo.

Algunos platillos elaborados con leguminosas son: croquetas de zanahoria, enchiladas de requesón, tortitas de coliflor, jitomates rellenos de atún, torta india, pescado en escabeche, mojarras en salsa agridulce, albóndigas de pescado, huevos marinos, cabeza de carpa, peneques, tortas de papa, berenjenas empanizadas, tacos de rajas, garnachas, y aguacates rellenos.

Asimismo, algunas combinaciones de cereales con leguminosas pueden ser, por ejemplo, tacos o tostadas de frijoles; quesadillas de garbanzo, tortas de lentejas, tostadas de habas, arroz con frijoles, tlacoyos de haba, lenteja o frijol; gorditas de garbanzo o frijol; tamales de frijol, croquetas de lentejas, enfrijoladas, sopa de frijol con bolitas de masa y queso.

Tome nota de estas opciones para sustituir algunos alimentos sin perder la calidad nutritiva de nuestra dieta. Esto beneficiará su presupuesto familiar. ¡Buen provecho!

Los de azar

¿Juegos peligrosos?

Ilusión, esperanza y suerte se conjugan al momento de comprar un "cachito" de billete de la lotería, lanzar un "volado" o jugarse un "albur". Así es el azar, algunas veces un juego divertido en el que se pone a prueba la buena suerte; otras, una forma de vivir peligrosa con graves consecuencias para el individuo y la economía familiar.

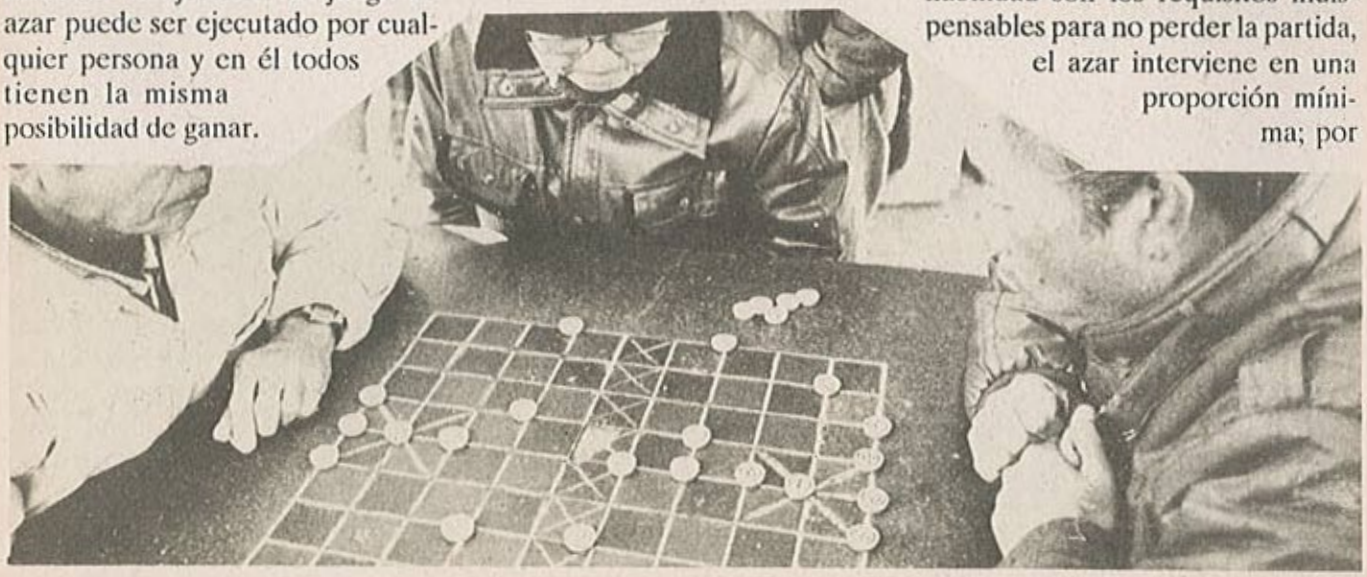
El azar: suerte y experiencia

¿Qué es el azar? Es la casualidad. Por eso para jugar, generalmente no se requiere experiencia ni destreza en su ejercicio. El juego de azar puede ser ejecutado por cualquier persona y en él todos tienen la misma posibilidad de ganar.

Todos en algún momento han experimentado el gusto por la probabilidad y la sorpresa que otorga el azar. En la familia, los juegos de azar tradicionales son vistos como una buena forma de convivencia y diálogo entre los integrantes a través de las "serpientes y escaleras", "oca" y dominó. No sucede así en los casinos y palenques clandestinos donde, para algunos el juego es considerado como la mejor vía para obtener fama y fortuna a costa incluso de exponer el presupuesto familiar.

Susana Pellón Riveroll en su libro *El juego de azar en el mexicano: un ensayo de interpretación psicosocial*, señala que los juegos de azar pueden ser desde los más sencillos como el "volado", el cubilete, los dados, la ruleta, la lotería y la oca o aquellos en los que además de intermos el jugador que tiene más probabilidad de ganar es el que posee mos el jugador que tiene más probabilidad de ganar es el que posee mayor experiencia. Un ejemplo de éstos son el *pókar*, el dominó y el *black jack*.

Un tercer grupo, comenta la autora, está formado por aquellos juegos en los que el conocimiento y la habilidad son los requisitos indispensables para no perder la partida, el azar interviene en una proporción mínima; por



eso es que se ha permitido la apuesta, por ejemplo en el frontón.

¿El juego que todos jugamos?

Mucha gente juega al azar como una forma de convivir con sus familiares o amigos, por tener un rato de relajamiento, comenta a la **Revista del Consumidor** la doctora Alma Domínguez y Almanza, especialista en medicina social y psicológica de la Unidad Médica número 8 del Instituto Mexicano del Seguro Social

Una bolita clandestina

En años recientes ha surgido entre los numerosos juegos de azar uno denominado "La bolita", especie de lotería clandestina, que implica serios riesgos económicos y legales para quienes allí participan.

El licenciado Horacio Plata Suárez, director general de ventas de la Lotería Nacional (LN), explica a los lectores de la **Revista del Consumidor**, en qué consiste este juego de azar.

"A diferencia del juego ¿en dónde quedó la bolita?, esta otra bolita consiste en un sorteo de números en el que a cambio de una cantidad de dinero, se extiende un pedazo de papel con una firma ilegible y las cifras de la preferencia del comprador. Posteriormente, con base en las listas de cifras premiadas por la LN, arman sus propios sorteos y premios. A quien haya coincidido con el número ganador le pagan cantidades muy grandes, incluso le pueden llegar a pagar siete veces la cantidad invertida.

"Esta lotería tiene sus orígenes en Miami y fue introducida al país por las costas del Golfo, se ha extendido a Monterrey, Ciudad Juárez, Ciudad Victoria y Nuevo León, principalmente".

La bolita en el norte

La **Revista del Consumidor** pudo saber, por ejemplo, que desde hace más de tres años el juego de "la bolita", viene funcionando en Ciudad Victoria, Tamaulipas. Se cree que son aproximadamente 37 personas las que se dedican a este negocio en la localidad, todas ellas procedentes de Mérida, Yucatán.

El mecanismo como opera "la bolita" en esa región no impone condiciones complicadas: todo jugador tiene derecho a apostar desde mil pesos hasta 100 mil pesos por el número que desea, siempre que éste no exceda tres cifras (parecido al TRIS de Pronósticos Deportivos).

Asimismo, se estima que los "agentes" que se dedican a este negocio obtienen una ganancia neta del 12 por ciento sobre las ventas que realizan.

"La cosa nostra"

Al preguntarle al funcionario de la Lotería Nacional, Horacio Plata Suárez acerca de las cantidades que pagan estos grupos clandestinos, responde: "Es difícil determinar el monto de los premios y el manejo de los volúmenes de dinero. Su infraestructura clandestina impide conocer cuánto mercado nos ha robado, pero de que existe y de que hay gente que lo compra es definitivo. Lo único que sabemos es que cuentan con expendios abiertos y 'agentes' que van entregando sus cuentas en 'oficinas' ubicadas en determinadas zonas; posteriormente todos los ingresos pasarán al 'banco' manejado por ellos mismos. Al parecer en estos lugares, según se nos ha informado, existen controles muy estrictos y muy bien organizados".

Durante el presente año, la Procuraduría General de la República ha realizado varios operativos en Ciudad Juárez, Ciudad Victoria, Reynosa, Nuevo León, Veracruz y Mérida, con el fin de desmantelar estas organizaciones clandestinas.

¿La rifa del tigre?

El director general de ventas de la Lotería Nacional, opina que a "mucha gente le resulta atractivo participar en el sorteo de la bolita porque los premios están libres de impuestos"; esto, que en un primer momento podría considerarse atractivo, a la larga representa problemas jurídicos pues quienes participan en este juego violan la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

Fuentes: -Lotería Nacional.
-Delegaciones Federales del INCO en los estados de Yucatán, Nuevo León, Veracruz, Quintana Roo, Tamaulipas y Chihuahua.

(IMSS).

Para esas personas el juego resulta solamente un pretexto para intercambiar opiniones; importa más el contacto social que el juego en sí mismo, sostiene la especialista en dinámica del juego lúdico aplicada al individuo, y actual coordinadora de medicina regional.

"Sin embargo, existe un nivel donde jugar al azar se convierte en una fascinación; en tanto que el individuo no puede controlar su deseo de confrontar su suerte o habilidades con otras personas, empieza a gastar más dinero del que puede disponer, lo que en ocasiones extremas le orilla a actividades ilícitas".

¡No! a los juegos ilícitos

En nuestro país, la Ley Federal de Juegos y Sorteos regula todo lo referente a juegos de azar. La aplicación y vigilancia de dicha ley compete a la Secretaría de Gobernación (SG); de esta forma se trata de proteger a la sociedad de todos aquellos juegos de azar ilícitos.

Algunos puntos sobresalientes de dicha ley son los siguientes:

- Quedan prohibidos en todo el territorio nacional, los juegos de azar y los juegos con apuestas.
- Sólo podrán permitirse: el juego de ajedrez, el de damas y otros semejantes, el de dominó, de dados, de boliche, de bolos y de billar; el de pelota en todas sus formas y denominadores; las carreras de personas, de vehículos y de animales, y en general toda clase de deportes y los sorteos.
- La Secretaría de Gobernación, clausurará todo local abierto o cerrado en el que se efectúen juegos prohibidos o juegos con apuestas y sorteos que no cuenten con autorización legal, además de decomisar todos los utensilios y objetos de juego y todos los bienes y dinero que constituyan el interés del mismo.

También la SG ejerce vigilancia y control de los sorteos que instituciones públicas, privadas o sociales lleven a cabo, sean éstos de beneficio social, comercial o en valor monetario.

Un ejemplo de lo que pudiera ser un juego de azar destinado al beneficio social lo constituye la Lotería Nacional, un juego que goza de la tradición y del beneplácito unánime, ya que si no se gana, tampoco se pierde pues todo el dinero que allí se recauda a través de los sorteos se maneja legalmente y destina a un fondo de asistencia pública. Asimismo es un juego que tiene el permiso de la Secretaría de Gobernación y del gobierno federal.

Un juego para todos

El juego como tal, no puede ser reprobado, ya que forma parte de la capacidad innata de todos los individuos. El jugar es tan importante como lo es reír, llorar o amar; sin embargo, visto el juego como una obsesión, puede traer consigo consecuencias negativas tanto para quien lo práctica como para quienes dependen de él. Porque la vida no es un juego... ¿o será cierto aquello de que "la vida es la ruleta donde apostamos todos"?

Patricia Briseño

Fuente: Dirección de Juegos y Sorteos, Secretaría de Gobernación.

Tras bambalinas

Los programas televisivos de concurso

Un programa de concurso patrocinado (PCP) representa, por donde se le vea, un buen negocio para quienes en él intervienen. Para las agencias de publicidad es un recurso añejo y efectivo; goza del beneplácito de los patrocinadores porque constituye un eficaz instrumento de captación de consumidores cautivos, aun cuando ello implique un fuerte desembolso.

Asimismo, para los medios electrónicos de comunicación implica, generalmente, una fuente de recursos, un magnífico ahorro en gastos de producción y elaboración y una buena forma de captar audiencia pero, ¿qué ganan el público y el consumidor televidente?

El concurso sin fin

La presencia de los PCP dentro de los medios de comunicación se remonta a los primeros años de la radio, de la XEW específicamente. Es memorable el programa "El cochinito", patrocinado por sal de uvas **Picot, Bonos del Ahorro Nacional** y **Nescafé**, donde el participante adivinaba canciones.

Y qué decir de aquel programa titulado "La hora de los aficionados", pagado por las más importantes compañías disqueras de los años cincuenta en donde los concursantes, ansiosos por mostrar su voz, se aventuraban a soportar los comentarios irónicos del animador y el chirriar de la campana, sinónimo de fracaso y despedida.

O aquel otro, denominado "Reina por un día", cuyo premio consistía en adornar a la bella agraciada con las marcas y artículos de los patrocinadores.

No obstante el éxito que los PCP lograron fincar en la radio, la televisión se presentó para los publicistas y patrocinadores como el mejor escaparate comercial. "Sube, Pelayo sube" fue el programa que marcó la pauta a posteriores programas de concurso, además de inscribir el **Día del compadre** en el calendario de las festividades consumistas.

A lo largo de diez años, los participantes de este programa fueron el mejor medio para demostrar las cualidades de los artículos patrocinados, y el mejor objeto de burlas, ya que más de una vez se animó a los televidentes a llevar a la tía más gorda, a la más chaparrita, al más feo y al más calvo.

Concursos con pantalón corto

Luis Esparza Oteo, licenciado en economía, especialista en publicidad y mercadotecnia y profesor de la carrera de ciencias de la comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, hace para los lectores de la **Revista del Consumidor**, una rápida descripción de los actuales programas de concurso.

"El programa 'En familia con Chabelo' cuenta con el apoyo de las empresas **Ensueño**, **Mattel** y **Auriken**, entre otras; por eso cada concurso-comercial está encaminado a demostrar las cualidades del juguete patrocinado; las inquietudes y conocimientos del niño se reducen a romper un globo o tirar una cuerda. A lo largo de dos horas el locutor exhorta a los pequeños a consumir dulces, juguetes, ropa y pastelitos ".

El panorama que a lo largo de la semana se observa a través de la

pantalla chica, no dista mucho del que Chabelo ofrece todos los domingos en la mañana", asegura Esparza Oteo.

" El programa 'Desafío', que es conducido por dos niños, una botella de jugo de frutas *ay, ay, ay* marca **Jumex** y una caja de chicles **Futy Gum**, consiste en aceptar el desafío de ingerir el mayor número de botellas de jugo de frutas industrializado en el menor tiempo posible o masticar una y otra vez goma de mascar, tanto que a la hora de 'hacer una bomba' se le quede el dulce en la cara", comenta el especialista.

"En apariencia, el programa de 'Corre GC, corre' podría representar una buena opción para el auditorio infantil; está basado en el juego de preguntas y respuestas **Maratón**, que apoya los conocimientos adquiridos en la escuela y fomenta la competencia a partir del aprendizaje.

"Sin embargo, el exceso de comerciales y la limitación del tiempo de transmisión de este programa, impide que los niños comenten más acerca del tema que a ellos les inquieta. Si un niño no sabe, ni modo y, al siguiente", apunta Luis Esparza Oteo.

"Asimismo, los jóvenes no quedan fuera de la dinámica comercial de los juegos de concurso. Los programas 'Rockcotorreo' y 'Deportivísimo' ponen en competencia el conocimiento de la vida y obra de artistas y deportistas famosos", finaliza su comentario el especialista.

"La Caravana" es un novedoso programa cómico que sabe conjuntar de manera acertada, la ironía y la reflexión a través de múltiples parodias de la vida cotidiana. De esos cuadros, "La pirinola" (barbarismo del término perinola) pretende hacer una reflexión en torno a los programas de concurso por televisión.

Luis Vázquez Fabris, director y productor general de los programas

"La caravana" y "En tienda y trastienda", comenta a la **Revista del Consumidor** acerca de la intención del *sketch* titulado "La pirinola".

"Los programas de concurso en nuestro país han sido muy desafortunados y a la gente no se le trata como se debería. Casi siempre se abusa en aras del espectáculo de un concurso, de una publicidad o de una parodia que demuestre que el público no siempre gana fabulosas cantidades y sí, en cambio, es objeto de burlas.

"La psicología de los personajes trata de ser una copia de lo que la televisión nos presenta con estos concursos. Johnny-le-atino intenta desenmascarar lo que en realidad son los locutores: gente un poco falsa, que pretende ser humana y sencilla cuando en realidad no lo es. La otra parte se encuentra en el concursante inocente que cree en todo lo que le dice el locutor y hace el sacrificio de dedicarle un determinado tiempo de su vida a los programas de concurso.

"Lo que 'La pirinola' pretende demostrar al público, comenta Vázquez Fabris, es un trabajo cómico pero nò por eso insulso y fuera de la realidad".

Antes de cerrar

Hasta aquí las opiniones de nuestros entrevistados quienes coinciden en considerar que muchos de los programas televisivos de concursos ridiculizan a los participantes, sin embargo, todos ganan: los patrocinadores y dueños de los medios de difusión, los productores y publicistas, fuertes cantidades de dinero; los participantes, si son hábiles, premios que quizá recompensen sus esfuerzos, o el consuelo de un aplauso; y los televidentes, un saludo publicitario que cualquiera envidiaría. ¿Cuál es su favorito?

A manera de epílogo

En los programas de concurso de los medios de comunicación electrónicos la amenidad no debería estar en pugna con el respeto a los participantes.

Los programas de concurso infantil bien pueden estar organizados en torno a la capacidad de los niños para descubrir, analizar y desarrollar su imaginación.

Asimismo, los premios deberían estar de acuerdo con el esfuerzo y habilidades de los participantes demostrados ante las cámaras.

Patricia Briseño

Farmacodependencia

El "paraíso" de la muerte

Bájate del avión FZ-10
no le "metas" o te arrepentirás
después.
Yo ya me "subí" una vez
y no lo vuelvo a hacer;
cualquier cosa es mejor
que "meterle" al resistol.
El Tri

El problema de la farmacodependencia no es nuevo, sin embargo, no deja de preocupar el aumento en el número de personas especialmente jóvenes y menores de edad adictas a algún estimulante o droga como supuesta ayuda para atenuar sus conflictos con la realidad circundante.

La Secretaría de Salud (SS) estableció, mediante la Encuesta Nacional de Adicciones correspondiente a 1988, que existen aproximadamente 320 mil farmacodependientes en todo el país.

Por su parte, la Comisión de Educación, Salud y Asistencia Social de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF) estima que tan sólo en la capital del país existen 200 mil adictos a las drogas cuyas edades fluctúan entre los 12 y los 25 años.

Dicha comisión destaca que dentro de los fármacos que registran mayor consumo están los inhalantes, pastillas psicotrópicas, marihuana y cocaína. Esta última en menor medida debido a su elevado costo.

Un problema de todos

Pueden ser muchas las causas por las que un individuo llega a caer en la farmacodependencia, explica a la **Revista del Consumidor** la psicóloga Alicia Rodríguez, terapeuta del sistema de Centros de Integración Juvenil (CIJ), entre ellos están los aspectos individuales, sociales y, principalmente, familiares.

"No podemos decir cuál de ellos es el más importante, pero sí podemos afirmar que los conflictos que se presentan en la familia se ven reflejados en el individuo. Lo anterior trae como resultado que el sujeto busque otro medio de enfrentar los problemas que le rodean, y lo más común es recurrir al consumo de drogas, o de alcohol.

"¿Causas? se pregunta la especialista. Generalmente en la familia existe una falta de comunicación, porque los padres no estamos educados para ser padres. Hacemos lo mejor que podemos, pero no siempre es lo que debe hacerse. Por esa falta de comunicación, con frecuencia los niños no reconocen en el papá o la mamá a la persona de confianza y autoridad para platicar sus problemas y encontrar en ambos el apoyo para buscar las diversas formas de superar dichos conflictos".

¿Enfermedad o problema de salud pública?

La farmacodependencia puede ser considerada como una enfermedad, pero principalmente debe observarse como un problema de salud pública que es provocado por

distintos factores socioeconómicos, y que se registra no sólo en jóvenes sino también en adultos; tampoco es privativo de un estrato social, sino que afecta a personas de cualquier condición, indica la psicóloga Alicia Rodríguez.

"Puede ser considerada como una enfermedad, porque surgen una serie de factores que determinan que el individuo drogadicto se sienta incómodo con su situación real, su estado físico y busque algo más. Desde este enfoque, el farmacodependiente es una persona enferma.

"Pero al mismo tiempo, también es un problema de salud pública que tiene repercusiones en la salud del individuo y de su entorno social, pues al enfermarse provoca dificultades y conflictos a las demás personas y a sí mismo. Por esa razón, para nosotros en los Centros de Integración Juvenil, la farmacodependencia es fundamentalmente un problema de salud pública", afirma nuestra entrevistada.

¿Dónde tratarse?

Existen múltiples centros donde las personas farmacodependientes pueden ser atendidas a fin de solucionar sus problemas y reintegrarse a la sociedad: la Secretaría de Salud, el Instituto Mexicano del Seguro Social y el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, ofrecen servicios de asistencia a farmacodependientes, o bien, para casos eventuales de intoxicación crónica o de sobredosis de fármacos.

Además, el país cuenta con más de 30 Centros de Integración Juvenil (CIJ) dedicados exclusivamente al tratamiento y rehabilitación de jóvenes farmacodependientes.

Sobre esta alternativa el doctor Sergio Cisneros, director del CIJ "Cuaúhtémoc" menciona que la mayoría de los centros, el 60 por ciento aproximadamente "nos dedicamos a realizar funciones de prevención y en ello hemos obtenido resultados muy alentadores.

"Tenemos, por ejemplo, un grupo de voluntarios encargados de difundir mensajes, como el de la necesidad de educarnos en materia de salud para evitar la farmacodependencia y cualquier otro tipo de problema mental, aun más grave que la drogadicción", agrega.

"La farmacodependencia siempre ha existido, lo lamentable es que la población que recurre a las drogas, sobre todo a inhalantes, no se percate del daño que se hace", señala el especialista.

El director de los Centros de Integración Juvenil en la Delegación Cuauhtémoc enfatiza que "la farmacodependencia no es privativa de los jóvenes ni de la clase social alta o baja. Está en todas las edades; hemos recibido niños de cinco años y señores de 60 años para su tratamiento, aunque el grueso de la población que incurre en las drogas tiene edades entre los 22 y los 25 años y, por lo general, son hombres".

Confiar en alguien

Los jóvenes farmacodependientes necesitan capacitación y alguien en quién confiar. Los Centros de Integración Juvenil ofrecen eso precisamente, apunta el doctor Sergio Guarneros.

"No estamos en contacto con la policía ni perseguimos el lucro. Somos una institución de servicio social y lo que nos interesa es ayudar a la gente, porque sabemos que no son delincuentes ni se les ocurrió por broma usar drogas. Algo pasó y por eso ahora son farmacodependientes".

Existen 49 Centros de Integración Juvenil en la república, en los cuales se atiende a todas las personas con problemas de farmacodependencia. Asimismo, los centros de salud y clínicas del Instituto Mexicano del Seguro Social pueden ofrecer la orientación necesaria para ayudar a las personas con problemas de drogadicción.

Acudir a estas instituciones puede ser el primer paso para acabar con este grave problema de salud.

Miguel Genaro Prieto

Una enfermedad por conocer

Alzheimer: en busca de la memoria perdida

Es común que alguna persona olvide nombres, citas o el lugar donde ha dejado las llaves. Sin embargo, existe una enfermedad conocida con el nombre de Alzheimer; quien la padece, frecuentemente se pierde en lugares conocidos, olvida nombres de familiares y amigos, no recuerda cómo vestirse, cómo leer y escribir y pierde la capacidad y habilidad para utilizar herramientas cotidianas como llaves, puertas, etcétera.

¿Qué es la enfermedad de Alzheimer?

Lilia Mendoza Martínez, psicopedagoga y presidenta de la Asociación de Alzheimer y Enfermedades Similares (AMAES), comenta a los lectores de la **Revista del Consumidor** en qué consiste esta enfermedad.

"La enfermedad de Alzheimer es progresiva, degenerativa del cerebro y provoca deterioro de la memoria, del pensamiento y de la conducta. La persona que la padece puede experimentar o sentir confusión, desorientación en espacio, tiempo y persona, cambio de personalidad y de conducta, alteraciones en el juicio, dificultad para encontrar palabras, finalizar ideas o pensamientos y para seguir instrucciones. Esta enfermedad, finalmente, incapacita a quien la padece para cuidar de sí mismo.

"Este padecimiento fue descubierto en 1907 por el médico alemán Alois Alzheimer y está considerado dentro de las demencias seniles más comunes, demencia que en ningún momento es sinónimo de locura. Afecta a hombres y mujeres de cualquier edad a partir de los 50 años, aunque la mayoría de los casos se presentan después de los 65 años, sin importar raza, nivel socioeconómico o educativo, inteligencia previa ni si su ocupación fue un trabajo físico, manual o integral".

¿Qué sucede en el cerebro?

El doctor Eduardo González Montoya, médico gerontólogo de la Unidad Médica número 8 del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), explica cómo ataca la enfermedad de Alzheimer al cerebro.

"Las neuronas situadas en la parte del cerebro que controla la memoria y pensamiento están dañadas e interrumpen el paso de mensajes entre las neuronas. Las células desarrollan cambios distintivos llamados **placas neuríticas** (cúmulos de terminaciones de células nerviosas degeneradas), nudos o marañas neurofibrilares (que se acumulan como filamentos retorcidos en las neuronas antes sanas). La corteza del cerebro (centro del pensamiento) se atrofia, se encoge; los espacios en el centro se agrandan y también se reduce la superficie del cerebro.

"La expectativa de vida, añade el gerontólogo, es en promedio de ocho años, desde el momento en que aparecen los síntomas; sin embargo, algunos pacientes llegan a vivir hasta 25 años".

Acerca de las posibles causas que influyen en la aparición de la enfermedad de Alzheimer, el especialista reconoce que "hasta el momento son desconocidas; sin embargo, los investigadores de la salud trabajan

sobre sus posibles causas, tales como daño neurológico, deficiencias químicas, anormalidades genéticas, virus, tóxicos ambientales y disfunciones en el sistema de inmunodeficiencia. En la actualidad no hay cura ni tratamiento médico; se pueden usar ciertas medicinas para aliviar algunos problemas que se presentan en la enfermedad como la depresión, los transtornos de conducta y el insomnio.

"Una característica común en todos los casos de Alzheimer, finaliza el doctor González Montoya, es el efecto sobre la 'memoria reciente', que impide recordar acciones o sucesos inmediatos; por ejemplo, el breve periodo que transcurre entre el momento de mirar un número telefónico y la imposibilidad de marcarlo. Los recuerdos de la infancia y adolescencia permanecen".

¿Cómo se diagnostica la enfermedad de Alzheimer?; Lilia Mendoza Martínez, fundadora y presidenta de la AMAES desde hace tres años, responde que, cuando aparecen síntomas, es necesario llevar a cabo una evaluación física, psiquiátrica y neurológica. "El examen debe incluir la historia clínica completa, pruebas neuropsicológicas, pruebas de sangre y orina, rayos X de torax, electroencefalograma, tomografía computarizada y electrocardiograma.

"Cuando se hacen todos esos estudios se puede obtener el diagnóstico de Alzheimer con una precisión del 90 por ciento; sin embargo, la única forma de confirmar el padecimiento es examinando el tejido del cerebro bajo un microscopio.

"En México existen varias instituciones facultadas en la detección de este mal, entre ellas se encuentran, el Hospital La Raza del IMSS, el Hospital Fray Bernardino de Sahagún de la Secretaría de Salud; el Hospital Adolfo López Mateos del ISSSTE, y el Instituto Nacional de Neurología".

Familiares y amigos

"En México más de 350 mil personas están afectadas por la enfermedad de Alzheimer, asegura Mendoza Martínez; la mayoría de los casos que tenemos registrados en AMAES se ubican en las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Cuernavaca, Puebla, Querétaro y Saltillo".

Por otra parte, no podemos dejar de lado a los familiares, quienes con sus cuidados pueden lograr que el enfermo viva más años.

"Se necesita que las personas encargadas de cuidar al afectado sean pacientes, tolerantes, cálidas y flexibles. Sin embargo, el costo emocional, social y financiero de cuidar a una persona es alto; con frecuencia los miembros de la familia también arriesgan su propia salud por cuidar a quien sufre de dicha enfermedad. Toca a la AMAES ayudarlos".

AMAES

La Asociación Mexicana de Alzheimer y Enfermedades Similares A.C. es un organismo nacional, voluntario, de carácter privado, no lucrativo y civil, dedicado a proporcionar apoyo y asistencia a los familiares y pacientes de Alzheimer, a través de grupos de apoyo, cursos profesionales de la salud y ciencias sociales.

La AMAES A.C. está afiliada a la Federación Internacional de Alzheimer y a la Asociación Americana de Alzheimer. Asimismo, cuenta con el reconocimiento del IMSS, ISSSTE, SS e instituciones de salud privadas de reconocido prestigio.

Para mayores informes, las personas interesadas pueden comunicarse al teléfono de la AMAES, en la ciudad de México 277-35-52 o bien, a las instituciones del Sector Salud en el territorio mexicano.

Patricia Briseño

Fuentes: -Powell S., Leonore. Enfermedad de Alzheimer: una guía para la familia, México, Pax, 1990, 302 pp.
-Mace L., Nancy y Rabins V., Peter. Cuando el día tiene 36 horas, México, Pax, 1988, 275 pp.

¿Problemas con servicios?

¡No se quede callado!

¿Quién no ha tenido alguna vez problemas con el radiotécnico porque éste no ha podido devolvernos la televisión que le dimos hace meses para su reparación? ¿Cuántas veces se ha encontrado con un recibo de luz o de teléfono cuyo importe es indebido? ¿A quién no le ha tocado sufrir con muebleros morosos que hacen esperar "siglos" al consumidor para entregarle el refrigerador o la estufa adquirida?

Ciertamente, las relaciones que se establecen entre el consumidor y el proveedor de bienes o servicios son complejas, pero ellas requieren de toda la responsabilidad y respeto por parte de los involucrados a fin de ofrecer un buen servicio a la sociedad y no figurar en la "lista negra" de los servicios más informales registrada en la Procuraduría Federal del Consumidor.

Quejas contra proveedores

La Procuraduría Federal del Consumidor explica a la **Revista del Consumidor** que el grueso de las denuncias que recibe (80%), son contra prestadores de servicios.

Las empresas que registran más anomalías son **Teléfonos de México, Compañía de Luz y Fuerza, Grupo K2** y tiendas **Viana**, así como los giros de mueblerías, promotores e inmobiliarias; agencias automotrices, tintorerías y lavanderías; talleres eléctricos y mecánicos; servicios de enseñanza, tiendas de aparatos eléctricos, compañías distribuidoras de gas, entre otros.

Las denuncias que recibe la Profeco son en gran número por incumplimiento en el servicio, violación de los términos del contrato, cobros indebidos y falta de entrega. En este sentido, de las 24 mil 322 quejas que se presentaron el año pasado ante la procuraduría, 22 mil 927 de ellas fueron por incumplimiento en el servicio y por cobros indebidos.

En buena medida, estas irregularidades se cometen debido a que los consumidores no denuncian oportunamente los abusos que se cometen en su contra. Es decir, el silencio de los consumidores se convierte en aliado de los malos proveedores de servicios.

Cobro indebido

Los cobros indebidos son el principal motivo de las quejas que comúnmente presentan los consumidores en contra de **Teléfonos de México** y de la **Compañía de Luz y Fuerza del Centro**. El año pasado ambas empresas recibieron aproximadamente 2 mil 790 denuncias.

Si es cuestión de tiempo...

Cuando se llegan a presentar conflictos entre consumidores y proveedores de bienes y servicios, la Profeco interviene como órgano conciliador. De los miles de asuntos

que se exponen, más del 80 por ciento se resuelven rápidamente por la vía de la conciliación. Además, la queja no tiene que presentarse forzosamente de manera personal.

Si usted no tiene el tiempo necesario para ir a la Profeco, la Dirección General de Quejas

de esta procuraduría tiene otros mecanismos que facilitan la atención de las quejas, por ejemplo, la conciliación telefónica.

Gracias a diversos convenios suscritos con proveedores de bienes y servicios, se pueden lograr acuerdos por medio del teléfono sin que el consumidor tenga que asistir a las oficinas de la Profeco. Se procede de la manera siguiente:

Cuando un consumidor presenta su queja, en forma inmediata se le llama al proveedor de bienes y servicios para enterarlo del problema que, la mayoría de las veces, se resuelve sin necesidad de citatorio. Para ello la Profeco tiene un convenio especial firmado, por ejemplo, con **Teléfonos de México**, la **Compañía de Luz y Fuerza** y la **Asociación Nacional de Distribuidores de Gas**, entre otros prestadores de servicios.

Pero si el proveedor no tiene firmado convenio con la Profeco y, por lo tanto, usted tiene que presentar su queja personalmente, no debe olvidar que necesita mostrar dos copias de la factura o recibo y un comprobante domiciliario; el trámite se realiza en cualquiera de las oficinas de la Profeco en todo el país.

Rapidez en el servicio

El personal de la Dirección de Quejas de la Profeco se encarga de redactar la denuncia del consumidor y verificar cuál es la violación a la ley. Los denunciantes, luego de gestionar su inconformidad, sólo tienen que presentarse a la audiencia en donde la procuraduría intervendrá para solucionar su asunto.

Un servicio que sí funciona

Aunque el procedimiento esencial de la Profeco es la conciliación, en esta institución se siguen además juicios arbitrales a voluntad expresa de las partes.

Es conveniente resaltar que mediante este proceso administrativo, la Procuraduría Federal del Consumidor actúa como árbitro para conocer los elementos de disputa de cada una de las partes, para posteriormente valorar y estudiar el caso y emitir una resolución.

Los beneficios que los consumidores pueden obtener por medio del juicio arbitral son: que las controversias se resuelven con imparcialidad y en poco tiempo; las partes pueden designar voluntariamente a la Profeco como árbitro; y que todo es un procedimiento que se brinda al interesado en forma gratuita.

Si usted tiene un problema con algún proveedor de bienes o prestador de servicios, puede acudir

a las oficinas de las delegaciones que la Profeco tiene establecidas en todo el país.

Si vive en el Distrito Federal, puede dirigirse a Dr. Navarro núm. 210, 2° piso, colonia Doctores, o llamar directamente al teléfono 761-38-11.

Miguel Genaro Prieto

Cómo comprar muebles coloniales

Durante los años setenta se dejó sentir en los principales centros urbanos de la república el auge y la proliferación de las llamadas "mueblerías coloniales". Actualmente esa moda, que en cierto momento se creía pasajera, dejó de serlo para asentarse en el mercado gracias al bajo precio y larga durabilidad de dichos muebles. Ambos factores han permitido que más de un consumidor amueble su casa sin necesidad de hacer grandes desembolsos.

Para saber quién ha sido el encargado de mantener vivo este mercado, la **Revista del Consumidor** entrevistó a distintos consumidores y fabricantes. Asimismo, le pidió a artesanos expertos algunas recomendaciones que nuestros amigos lectores deben de tomar en cuenta al adquirir un mueble colonial.

Aquí todos hablan

"Los encargados de mantener vivo el mercado de muebles coloniales han sido los consumidores y, en especial, las parejas de matrimonios jóvenes y la gente de escasos recursos económicos", comenta el ingeniero Vicente Esbar Zapiain, presidente de la Sección de Fabricantes de Madera de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra).

A la gente le conviene adquirir un paquete de muebles en el que, por un solo precio, el asunto del mobiliario está solucionado; además, la inversión no es mucha. Podemos encontrar una sala de nueve piezas en poco más de 800 mil pesos, un comedor de siete piezas a 629 mil o un paquete de 29 piezas, que incluye mesa, comedor, espejo mediano y trastero, por un millón de pesos".

La señorita Sofía García Granados, próxima a casarse, comenta: "Puedo asegurar que los muebles coloniales casi nunca tienen defectos de fabricación, pues su manufactura no es en serie; cada uno de estos muebles está hecho por artesanos. Los detalles y acabados, que en un primer momento podrían parecer burdos, son agradables a la vista y duran mucho tiempo.

"Mi novio no cuenta con mucho dinero. Ambos empezamos una vida en pareja; pretendemos amueblar un pequeño departamento. Optamos por los de tipo 'colonial' porque son baratos y se ofrecen, en paquete de 22 piezas, a un millón 530 mil pesos. Al comparar precios me di cuenta que, por esa cantidad, en las mueblerías modernas ofrecen ¡una mesa!".

El señor Guzmán platica su experiencia: "Hace 12 años me casé. En ese entonces no contaba con mucho dinero. Aprovechamos la oferta de muebles que se ofrecía en el mercado de "La Lagunilla". En un principio, no se lo puedo negar, tuve un poco de desconfianza; no podía creer que por 625 pesos amueblaría mi casa. Pensé que tal vez eran muebles de desecho o tendrían algún defecto. Afortunadamente no fue

así, después de 12 años, ahí están".

La esposa del señor Guzmán comenta: "Actualmente todavía seguimos usando la cómoda, el ropero, la cama y la sala. El comedor se lo vendimos a un familiar y sigue sin presentar defecto".

Coloniales sólo en el estilo

Pero, ¿son coloniales? Definitivamente no, asegura el ingeniero Vicente Escobar, propietario de la mueblería Coloniales del Valle. "Corresponden a un estilo que combina y adapta el mueble antiguo español y las formas mexicanas. Por eso los muebleros más escrupulosos prefieren denominarlos 'coloniales mexicanos'.

"Los modelos coloniales clásicos, aclara el ingeniero Escobar, han sufrido modificaciones en función de las necesidades del público pero especialmente de la industria: maderas nuevas, modernos sistemas de fabricación, nuevos materiales para unir, barnizar, pintar, etcétera. El resultado de este proceso de 'modernización' puede resumirse así: muebles ni tan voluminosos ni tan pesados como los antiguos (que adornaban las iglesias y conventos); durables y de una funcionalidad elevada y un aspecto exterior que resulta igualmente agradable, pese a que, en general, no tienen una buena terminación. En términos comparativos son los más económicos y baratos del mercado".

Según el gerente del Consorcio Colonial, Fernando García, "con las mismas maderas empleadas en los 'coloniales' se fabrican muebles modernos a precio más alto y menos durables".

Tres variedades de madera

Si usted ha pensado en adquirir muebles del estilo que ahora nos ocupa, le interesará saber que existe toda una escala de precios en función de la madera utilizada, la calidad de la fabricación y, por supuesto, del número de piezas (unidades) que integran cada juego.

En voz del señor Cruz Reyes, los artesanos y talladores de la madera del Centro Artesanal Buenavista comentan a los lectores de la **Revista del Consumidor**: "La mayoría de los muebles coloniales son de pino; sin embargo, el consumidor debe tener cuidado, pues existen cuando menos tres variedades diferentes:

"Los de ocote, que se caracterizan por su fácil combustión (este material también se usa como leña). Se les puede reconocer fácilmente por sus grandes nudos. De todos, son los de más baja calidad.

"Los finos son elaborados con una variedad de pino llamada 'ayacahuite'. Esta madera, por su resistencia y flexibilidad, es la que permite los trabajos mejor terminados y de mayor duración".

"Quienes utilizan este material, aclara el señor Roque Méndez, carpintero desde hace más de 40 años,

revista del consumidor

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE
NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____
DIRECCIÓN _____
COLONIA _____ CP _____ TELÉFONO _____
DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____
ESTADO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO $ 25,000.00 (VEINTICINCO MIL PESOS)
POR UN SEMESTRE $ 12,500.00 (DOCE MIL QUINIENTOS PESOS) ☐☐ A NOMBRE DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIONES ☐

FORMA DE PAGO
GIRO POSTAL ☐ o CHEQUE ☐ No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONO 589-67-81, O ACUDA DIRECTAMENTE A PERUGINO NÚM. 18
COLONIA NOCHE BUENA, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F. C.P. 03740.

TARIFA PROMOCIONAL
VIGENTE PARA 1991

¡Aproveche! reciba 12 y pague 10

12 REVISTAS X
25 MIL PESOS

INSERTE AQUÍ SU
FORMA DE PAGO

rara vez lo cubren con alguna sustancia, pues en su color natural radica uno de los principales atractivos".

"Otras maderas utilizadas en la fabricación de este tipo de muebles, coincidieron los carpinteros y expertos en muebles coloniales, son el cedro y la caoba. Superiores en todo sentido a los hechos de pino, 'son los más caros'. El cedro puede llegar a aumentar en 10 ó 20 por ciento el valor de la pieza. La caoba encarece el artículo 60 y 70 por ciento más de lo que le costaría si fuera pino".

Claro está, afirma el señor Cruz, que este tipo de mueble no es el que compra el consumidor común; su precio es tan alto que son pocas las personas que pueden adquirirlo. Además, se expenden en centros comerciales muy lujosos.

"El éxito de los muebles coloniales radica en que se pueden comprar en lugares muy sencillos y el atractivo no es el lujo, sino el ahorro", finaliza el señor Reyes.

Cómo se determinan sus precios

Otros factores que determinan el precio, comenta el ingeniero Fernando García, fabricante desde hace 20 años de muebles coloniales, y que se deben de tomar en cuenta al momento de decidir su compra son: "La calidad de los accesorios (si se trata, por ejemplo, de cojines de tela o de algún material plástico), la existencia de elementos de decoración agregados al mueble (azulejos, por ejemplo); y, fundamentalmente, los detalles de terminación".

■ Si un mueble le resulta muy liviano en relación a su tamaño, investigue si lo están tratando de engañar con la trampa de cubrir madera liviana o cartón con hojas delgadas de pino, cedro o caoba.

Formas de pago

Todas las ventas de este tipo de artículos son al contado. Pero, coinciden los encuestados, también existen varias mueblerías que aceptan una suma mínima con el compromiso de mantener el precio convenido inicialmente durante un año y se entrega la mercancía una vez que se ha pagado totalmente el paquete. Algunas otorgan descuentos del 15 por ciento sobre las piezas sueltas.

Algunas recomendaciones más

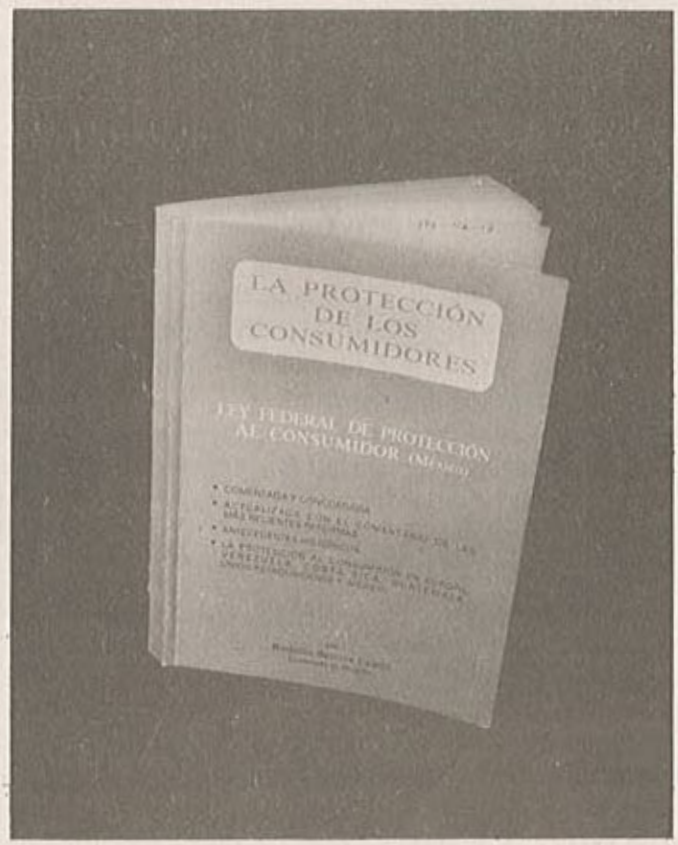
■ Visite más de una mueblería antes de comprar.

■ Compruebe si en realidad se trata de "precios únicos" o de "excelente calidad".

■ Preste atención a las uniones de la madera: mientras los clavos visibles indican mala calidad, los tornillos ocultos revelan buena calidad y terminación.

■ Presione sobre las superficies de las mesas y los respaldos de las sillas para comprobar su solidez.

Derecho con el consumidor



Becerra Caletti, Rodolfo. *La Protección de los consumidores*, Ediciones Eca, México, D.F., 1989, 286 pp.

La protección de los consumidores es un texto de interés para quienes desean enterarse de cuáles son sus derechos como consumidores, ya que se comenta la Ley Federal de Protección al Consumidor en forma sencilla y bastante clara.

El licenciado Becerra Caletti, da inicio a su obra con un panorama histórico de la protección al consumidor, reseñando la creación del Instituto Nacional del Consumidor y de la Procuraduría Federal del Consumidor, instituciones creadas como consecuencia de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como las funciones de cada organismo.

Más adelante, el autor nos transporta históricamente al México del siglo XIV, en el cual los aztecas ya contaban con jueces que defendían los derechos de los consumidores, anotando también los antecedentes de protección al consumidor en otros países de América.

Para que los lectores comprendan mejor el por qué de una ley y de instituciones que lo orientan y protejen, se comenta el panorama europeo, planteando algunas reflexiones y comparaciones con nuestra Ley Federal de Protección al Consumidor.

Dicha obra puede ser un texto de consulta, pues además de mencionar cada uno de los artículos de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el autor los comenta poniendo ejemplos muy claros en cada disposición. Las modificaciones que se han realizado a la ley en los últimos años también se mencionan.

En fin, este libro, hecho para todo público y no sólo para especialistas, puede usted leerlo poco a poco en sus ratos libres. Al finalizar su lectura, seguramente no tendrá dudas con respecto a sus derechos como consumidor.

Publicidad de ayer y hoy en la prensa

Hay quienes afirman que todo tiempo pasado fue mejor. En el caso de la publicidad, ¿todos los anuncios de hace más de 40 años eran veraces? Veamos algunos de ellos.

Nuestro primer anuncio impreso es sobre cigarrillos y se publicó en 1940. Desde ese año se promovían productos nocivos para la salud. Dice textualmente:

Confíe Ud. en la experencia

Entre las miles de estenógrafas existen aquellas en las que se puede CONFIAR por su EXPERIENCIA, las otras, por su ineficiencia pueden estropear la labor de una negociación seria. Antes de utilizar sus servicios conviene examinarlas. AL ELEGIR SUS CIGARROS CONFÍE EN ELEGANTES. Extra con boquilla ámbar que son el producto de una experiencia a través de 45 años. Sin la más mínima partícula de POLVO. "El Buen Tono".

Al margen de la simpatía y nostalgia que este viejo anuncio nos puede causar, es evidente que el texto de **El Buen Tono** resultaría en nuestros días un mensaje demasiado extenso.

Por otra parte, el mensaje de los cigarros **Elegantes** intenta, como aún hoy en día algunos publicistas lo hacen, asociar virtudes humanas con las características de la mercancía. En este caso, se sugiere que al fumar cigarros **Elegantes** el consumidor compra "confianza" y "experiencia"; en caso de fumar otra marca, los resultados serían similares a la ruina de una "negociación seria" realizada por un ejecutivo que cometió el error de contratar una secretaria sin "experiencia".

Así, este mensaje con 50 años de edad promueve la falsa idea de que el consumo de un producto nos proporciona al mismo tiempo valores como la "confianza" y la "experiencia"; sin pasar por alto que la comparación entre un cigarrillo y una persona resulta inadecuada y ofensiva.

Un anuncio de hoy

En nuestros días, la publicidad conserva como objetivo fundamental la promoción de bienes y servicios; la publicidad, en este sentido, no ha cambiado, lo que ha evolucionado es la forma de hacer mensajes publicitarios, donde en algunos casos el afán meramente comercial soslaya su función informativa.

Un ejemplo de ello es el actual anuncio de los relojes **Piaget**: **La**

Plus belle façon de porter un Piaget c'est de n'en rien montrer.

Una exclusiva de Pelletier París Piaget. La bella inversión.

Este mensaje transgrede la Ley Federal de Protección al Consumidor que, de manera clara y precisa, advierte en su artículo 7°: "Los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, se expresarán en idioma español, en términos comprensibles y legibles".

Asimismo, el Código de Etica Publicitaria establece en el artículo décimosexto que: "Se cuidará especialmente de no minar los valores de nacionalidad".

Cabe preguntarnos entonces, si a los publicistas les resultó imposible decir en buen castellano: "La forma más bella de llevar un **Piaget** es no enseñando nada más". Este anuncio, además de ambiguo y sugestivo, es un ejemplo del ilícito ejercicio publicitario del malinchismo, pues en este caso, promueve el falaz argumento de que lo extranjero es sinónimo de calidad y distinción... Usted, ¿qué opina?

El aguacate de todos los guisos

El aguacate es un alimento que pertenece al grupo de frutas, pero en México se emplea como verdura. Proporciona vitaminas y nutrimentos inorgánicos (minerales) Y su principal aporte está dado por vitaminas del grupo B y lípidos.

Las vitaminas del grupo B contribuyen al buen funcionamiento de los sistemas respiratorio, nervioso y cardiovascular. Además, la mayoría de ellas participan en la transformación de los hidratos de carbono, como los almidones y azúcares, en energía.

Los lípidos son una fuente concentrada de energía los cuales sirven para que el cuerpo realice todas sus funciones. Además, cubren y protegen a los órganos internos, sirviendo como soporte a éstos. También mantienen la temperatura del cuerpo, y ayudan al transporte y absorción de la vitaminas A, D, E, y K.

Cómo consumirlo

El aguacate es un alimento muy popular en nuestra cocina tradicional. Se acostumbra comerlo en tacos, ensaladas, salsas, tostadas, caldos y sopas; como platillo principal, relleno de atún, sardina u otros productos del mar y para preparar ricos postres como gelatina, *mousse*, helado, etcétera.

Sopa Queretana

Ingredientes

1 1/2 litros de consomé o caldo
1 chile serrano
1 aguacate criollo muy bien lavado
1/4 de crema
6 tortillas cortadas en tiritas y fritas
1/2 taza de queso rallado
sal

Preparación

- Licue con una taza de caldo el chile y el aguacate con cáscara (sin hueso).
- Ponga a fuego medio el resto del caldo; cuando suelte el hervor, agregue el aguacate licuado.
- Agregue un poco de sal y deje hervir.
- Retire del fuego y sirva con una cucharada de crema, tiritas de tortilla y queso rallado.

Pastel de aguacate

Ingredientes

1 paquete de pan de caja
5 aguacates
1/4 de crema
4 chiles serranos
2 cucharadas de cilantro picado
1/4 de queso fresco desmoronado
1 barrita de margarina
2 cucharadas de vinagre
pimiento morrón rojo

Preparación

- Corte las orillas a las rebanadas de pan.
- Licue cuatro aguacates con la crema, chiles, cilantro, queso y vinagre.
- Coloque en un plato extendido una capa de pan. Unte con margarina y bañe con un poco de mezcla licuada. Siga este mismo proceso hasta terminar con el pan y la mezcla.
- Corte el pastel en forma redonda o cuadrada.
- Adorne con tiritas de pimiento morrón y rebanadas de aguacate.

¿Sabía usted que...?

Los aguacates se maduran rápidamente si se guardan envueltos en papel periódico o en una bolsa de papel de estraza, en un sitio seco y tibio.

Si al aguacate se le agrega jugo de limón o un poco de leche y se le deja el hueso, no se pone negro.

Para probar si el aguacate está maduro basta con tocarlo. Una consistencia dura indica falta de madurez; si está ligeramente blanda indica que ya está maduro y listo para consumir.

El jugo de la semilla actúa como tinta indeleble que se puede utilizar para marcar la ropa.

Fuente: Unidad de Alimentación y Nutrición, INCO.

Fue presentado Consumo-gusto

Con la presencia de diversas personalidades del mundo de la caricatura y público en general, la directora del Instituto Nacional del Consumidor, licenciada Margarita Ortega Villa de Romo, presentó oficialmente el libro *Consumo-gusto*.

Este trabajo inicia la colección de libros con la que el INCO celebra su XV Aniversario.

Se trata de una recopilación de las viñetas que ilustraron los artículos y reportajes de nuestra revista desde hace 15 años, imágenes que le permitirán reír, autocriticarse y reflexionar sobre las artimañas comerciales que nos inducen al consumismo.

El libro *Consumo-gusto* ya está a la venta y le recomendamos que lo adquiera pues, a través de su lectura usted disfrutará del ingenio humorístico de viñetistas como Palomo, Dzib, Apebas, Alberto Isaac y Alfonso Orvañanos, entre otros.

Cada día del año

Para planear sus actividades de cada día del año 1991 y aprovechar las sabias recomendaciones del INCO en materia de consumo, puede usted adquirir el calendario y la agenda que este instituto editó con motivo de su XV Aniversario.

Estos ejemplares también se expenden en puestos de periódicos, supermercados, librerías y oficinas del INCO, tanto en el interior de la república como en el Distrito Federal.

Novedoso servicio del INCO

A raíz de la creciente demanda del servicio telefónico de precios al consumidor en la ciudad de México y zona metropolitana, el Instituto Nacional del Consumidor decidió ampliar su cobertura para beneficio de otros consumidores del país, por ello estableció un sistema telefónico para proporcionar precios de productos de consumo generalizado.

La información que brinda este nuevo servicio del INCO abarca precios por zona y entidad, de alimentos no perecederos y abarrotes en general; útiles escolares y juguetes (durante la temporada correspondiente); medicamentos del cuadro básico, tarifas de bienes y servicios del sector público, así como información de las delegaciones de Secofi, Profeco y del propio Instituto Nacional del Consumidor.

Recuerde, con este servicio usted tiene acceso, desde cualquier punto de la República Mexicana, al banco de datos de la Delegación del INCO en la capital de su entidad para conocer o verificar algún precio en su estado de los productos de consumo generalizado con el fin de orientar sus compras y sacar mejor provecho del presupuesto familiar.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. El INCO se encuentra ubicado en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, teléfono 559-73-77 (conmutador con 14 líneas directas).

El contenido de los artículos publicados -firmados o no- refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución Nacional. Tiraje: 35 mil ejemplares. Impreso en los talleres. Selección de color, portada y forros: División de Ediciones y Publicaciones, S.A. de C.V., Laguna de Guzmán núm. 64, México, D.F., c. p. 11320.

Delegaciones del INCO en la república

Si necesita información y orientación en materia de consumo, puede acudir a cualquiera de nuestras delegaciones en todo el país.

A continuación le proporcionamos las direcciones y teléfonos de las delegaciones del Instituto Nacional del Consumidor en los estados de la República Mexicana.

AGUASCALIENTES

Aguascalientes
91491 5 09 86
Lisette Reynaud Pulido
Plaza de la Convención
No. 105 Centro
Aguascalientes, Ags.
C.P. 20000

BAJA CALIFORNIA

Mexicali
9165 57 30 84
9165 57 30 85
Ramiro Paz Hernández
Pasaje Taxco 1092
Centro Cívico
Mexicali, B.C.
C.P. 21000

Tijuana (Representación)
9166 34 16 63
Enrique A. Hernández Cobian
Av. Unión núm. 1616
despacho 5
Col. Marrón
Tijuana B.C.
C.P. 02400

BAJA CALIFORNIA SUR

La Paz
91682 5 54 00
Norberto Carrillo Ceseña
I. la Católica s/n (entre Degollado y 16 de Septiembre)
La Paz, Baja California Sur.
C.P. 23000

CAMPECHE

Campeche
91981 1 06 72
Javier Curmina Rodríguez
Edificio Campeche local 30
Calle diez núm. 268
Centro
Campeche, Camp.
C.P. 24000

COAHUILA

Saltillo
91841 6 02 23
6 02 62
Raúl de la Peña Segura
Boulevard Isidro López Zertuche núm. 2101
(esq. Av. Universidad)
Saltillo, Coahuila
C.P. 25000

COLIMA

Colima
91331 4 69 49
José Luis Andrade Ibarra
General Núñez núm. 156
Colima, Col.
C.P. 28000

CHIAPAS

Tuxtla Gutiérrez
91961 3 47 06
(nuevo) 3 42 77
Margarita Parra Betancourt
Calle Central y 2da. Avenida
Edif. Redondo 6o. piso
Centro
Tuxtla Gutiérrez, Chis.
C.P. 29000

CHIHUAHUA

Chihuahua
9114 16 31 42
16 31 45
Adán Ramírez Ponce
Paseo Bolívar y calle 3a.
Col. Centro
Chihuahua, Chih
C.P. 31000

Cd. Juárez (Representación)
Ángel Canchola Carrasco
Av. 16 de Septiembre y Guadalupe Victoria (antigua Presidencia Municipal)
Centro

DURANGO

Durango
91181 3 13 03
Gloria Blanco Rodríguez
Pino Suárez núm. 1206 Pte.
Centro
Durango, Dgo.
C.P. 34000

Gómez Palacio (Representación)
9117 14 19 66
José Ramón Ruano Mireles
Morelos núm. 235 Norte
Centro
Gómez Palacio, Durango

ESTADO DE MÉXICO

Toluca
91721 4 16 18
4 64 20
Gabriel Gama Flores
Morelos Oriente 323
Centro
Toluca, Edo. de Méx.
C.P. 50000

Naucalpan (Representación)
393-02-89
393-36-59
Carlos del Castillo Enrique Zada
Moguerza núm. 16-A
Col. Satélite
Naucalpan, Edo. de Méx.

GUANAJUATO

León
91471 7 44 55
7 49 82
7 36 76
Luis Octavio Medellín Ochoa
Boulevard. Adolfo López Mateos esq. Purísima
León, Gto.
C.P. 37320

Celaya (Representación)
9146 12 99 81
Yolanda Quiñones Hernández
Álvaro Obregón núm. 105 (altos), Centro
Celaya, Gto.
C.P. 38000

GUERRERO

Acapulco
91748 3 93 58
3 93 63
Otilia Hinojosa Loza
Hidalgo núm. 1 desp. 202
Centro
Acapulco, Gro.
C.P. 39300

HIDALGO

Pachuca
91771 2 66 66
2 66 55
José Francisco Espinosa Vélez
Guerrero núm. 715
1er. piso desp. 116
Centro
Pachuca, Hgo.
C.P. 42000

JALISCO

Guadalajara
9136 11 80 00
11 39 25
11 84 96
12 81 06
Pedro Humberto Garza Gómez
Niños Héroes núm. 1633
letra C. esq. Argentina
Col. Moderna
Guadalajara, Jal.
C.P. 44960

Cd. Guzmán (Representación)
9134 12 68 40
Daniel Trujillo Zaragoza
Cristóbal Colón núm. 236
(esq. Quintana Roo)
Ciudad Guzmán, Jal.
C.P. 49000

MICHOACÁN

Morelia
91451 4 44 41
Benjamín Barrales López
Lázaro Cárdenas 1966
1o. piso
Col. Chapultepec Sur
Morelia, Mich.
C.P. 58260

MORELOS

Cuernavaca
9173 12 29 10
12 23 21
Martín Lagar López
Degollado núm. 401
casi esq. con Morelos
Centro
Cuernavaca, Mor.
C.P. 62000

NAYARIT

Tepic
9132 12 34 57
Rafael Mascorro Toro
Puebla Norte 164 desp. 207
Centro
Tepic, Nay.

NUEVO LEÓN

Monterrey
9183 43 74 82
43 74 48
Francisco Javier Núñez Rodríguez
Diego de Montemayor núm. 432 Sur entre 5 y 15 de mayo
Centro
Monterrey, N.L.
C.P. 64000

OAXACA

Oaxaca
9155 16 81 66
Jorge Vargas Guzmán
Xicoténcatl núm. 419
Despachos 6 y 7
Centro
Oaxaca, Oax.
C.P. 68000

PUEBLA

Puebla
9122 46 15 22
46 18 11
46 17 60
Roberto Arteche Lugo
Av. Juárez núm. 1706
desp. 105, Col. La Paz
Puebla, Pue.
C.P. 7 21 60

QUERÉTARO

Querétaro
91463 4 43 57
Martín Gutiérrez Ledezma
5 de mayo núm. 127 altos
Centro
Querétaro, Qro.
C.P. 76020

QUINTANA ROO

Chetumal
91983 2 03 21
2 69 52
Víctor Salgado Pedraza
Av. Álvaro Obregón núm. 291
Chetumal, Q. Roo
C.P. 77000

Cancún (Representación)
91988 7 28 77
Miguel Salcedo Hernández
Av. Tulúm núm. 1
(esq. Chichén-Itza) S.M. 23
Centro
Cancún, Quintana Roo
C.P. 77500

SAN LUIS POTOSÍ

San Luis Potosí
91481 4 88 88
2 38 38
Pilar Trespalacios Sosa
Venustiano Carranza
núm. 485
San Luis Potosí, S.L.P.
C.P. 78001

SINALOA

Culiacán
91671 4 08 60
ext. 326
Dolores Galindo de Gutiérrez
Gobierno del Estado
Insurgentes s/n
Unidad administrativa
Culiacán, Sin.
C.P. 80000

Mazatlán
Magdalena González de Lizárraga
Belizario Domínguez
núm. 1800 Nte.
Mazatlán, Sin.

SONORA

Hermosillo
91621 4 22 44
5 25 44
4 61 88
Luis Fernando Heras Portillo
Tamaulipas núm. 74
Col. San Benito
Hermosillo, Son.
C.P. 83190

Cd. Obregón (Representación)
91641 3 17 36
Martín Campas Flores
Edif. Presidencia Municipal
5 de Febrero (entre Hidalgo y Allende)
Centro
Ciudad Obregón, Son.
C.P. 85060

TABASCO

Villahermosa
91931 4 31 22
Gladys Gatica Ramírez
Juárez núm. 432 (altos)
Centro
Villahermosa, Tab.
C.P. 86000

TAMAULIPAS

Cd. Victoria
91131 2 66 31
2 66 39
Jorge Islas Aguirre
Av. Allende Ote. núm. 1138
Centro
Cd. Victoria, Tamaulipas
C.P. 87000

Tampico Madero (Representación)
Raquel Nieto Mar de Lerma
Palacio Municipal
Calle Colón y Carranza
C.P. 89000

TLAXCALA

Tlaxcala
91246 2 20 22
Eunice Paz Fragoso
Tlahuicole núm. 14
Tlaxcala, Tlax.
C.P. 90000

VERACRUZ

Jalapa
91281 8 38 43
Julio César Sosa Miros
Av. Revolución núm. 11
Jalapa, Ver.
C.P. 91000

Veracruz (Representación)
Enrique Parada García
Zamora núm. 411
2º piso entre Madero y 5 de mayo
Centro
C.P. 91703

YUCATÁN

Mérida
9199 21 36 00
Jorge Rivero Aguilar
Calle 61 núm. 444
(entre 50 y 51), Centro
Mérida, Yuc.
C.P. 9700

ZACATECAS

Zacatecas
91492 3 19 24
Guillermo Esparza Elías
Carretera Panamericana
km 4 tramo carr.
Guadalupe-Zacatecas
Zacatecas, Zac.
C.P. 98000

DISTRITO FEDERAL

5 59 73 77
ext. 103
Laura Breña Huerta
Insurgentes Sur
núm 1228 (anexo)
Tlacoquemécatl del Valle
C.P. 03210

Oficinas de información y orientación del INCO en el Distrito Federal

ALVARO OBREGON

Hidalgo esq. Uruchurtu
Col. Olivar del Conde
C.P. 01408

AZCAPOTZALCO

651-69-66
Plaza Azcapotzalco, 16 de Septiembre esq. Avenida Azcapotzalco
Col. Villa Azcapotzalco
C.P. 02000

BENITO JUAREZ *

Responsable: Nora Bustamante Fernández

COYOACAN *

Responsable: Martha Elena Ruiz Millán
Pacífico núm. 181
Col. Del Carmen Coyoacán

CUAJIMALPA

812-19-08
Av. Veracruz núm. 130
Col. Pueblo de Cuajimalpa
C.P. 05000

CUAUHTEMOC *

GUSTAVO A. MADERO

781-33-57
Oficinas Delegacionales
5 de Feb. y Vicente Villada
Col. Villa Gustavo A. Madero
C.P. 07550

IZTACALCO

558-12-41
"Centro Social Leandro Valle"
Sur 8 esq. Rojo Gómez
Col. Agrícola Oriental
C.P. 08420

IZTAPALAPA

691-10-33
Av. Prolongación Periférico (frente al Monumento a Vicente Guerrero)
Col. U. Vicente Guerrero
C.P. 09200

MAGDALENA CONTRERAS

568-48-64
Álvaro Obregón núm. 1616
Col. Barranca Seca
C.P. 10580

MIGUEL HIDALGO

399-64-61
569-80-88
Centro Social José María Morelos y Pavón
Lago Ernie y Lago Trasimenio
Col. Pensil
C.P. 11430

MILPA ALTA *

DIF "Villa Milpa Alta"
Boulevard carretera Milpa Alta, San Antonio Tecomil

TLAHUAC *

915-842-12-00
San Rafael Atlixco núm. 36
Col. Guadalupe Tlalelco
C.P. 13450

TLALPAN

Responsable: Adalberto Montiel Urbano
Deportivo "General Rodolfo Sánchez Taboada"
Calles de Tekal e Izamal s/n
Col. Torres de Padierna
C.P. 14209

VENUSTIANO CARRANZA

Responsable: José Luis Sosa C.
Explanada de la Delegación Francisco del Paso y Troncoso esq. Fray Servando Teresa de Mier
C.P. 1500

XOCHIMILCO

676-30-79
Camino a Nativitas núm. 304
Col. Xaltocan
C.P. 16090

* Próxima inauguración

ESTA INFORMACIÓN LE PUEDE SERVIR PARA AHORRAR MILES DE PESOS

¿Sabe cuales son sus derechos como consumidor? ¿Conoce los precios oficiales de los articulos basicos? ¿Qué hacer antes de comprar un auto usado? ¿Como elegir profesion? ¿Está al tanto de los mecanismos ocultos de la publicidad? ¿Conoce cuál es la mejor opción en materia de servicios médicos, escuelas particulares, arrendamiento de vivienda o servicios automotrices? ¿Sabe como preparar en casa distintos productos como jamon, mayonesa, champu, etcetera?
Para obtener esta y mucha informacion mas, suscríbase a la Revista del Consumidor. Sus paginas incluyen temas de actualidad y amenas secciones que le seran de gran utilidad para aprovechar mejor el ingreso familiar. Recuerde que un buen consumidor necesita estar bien informado.

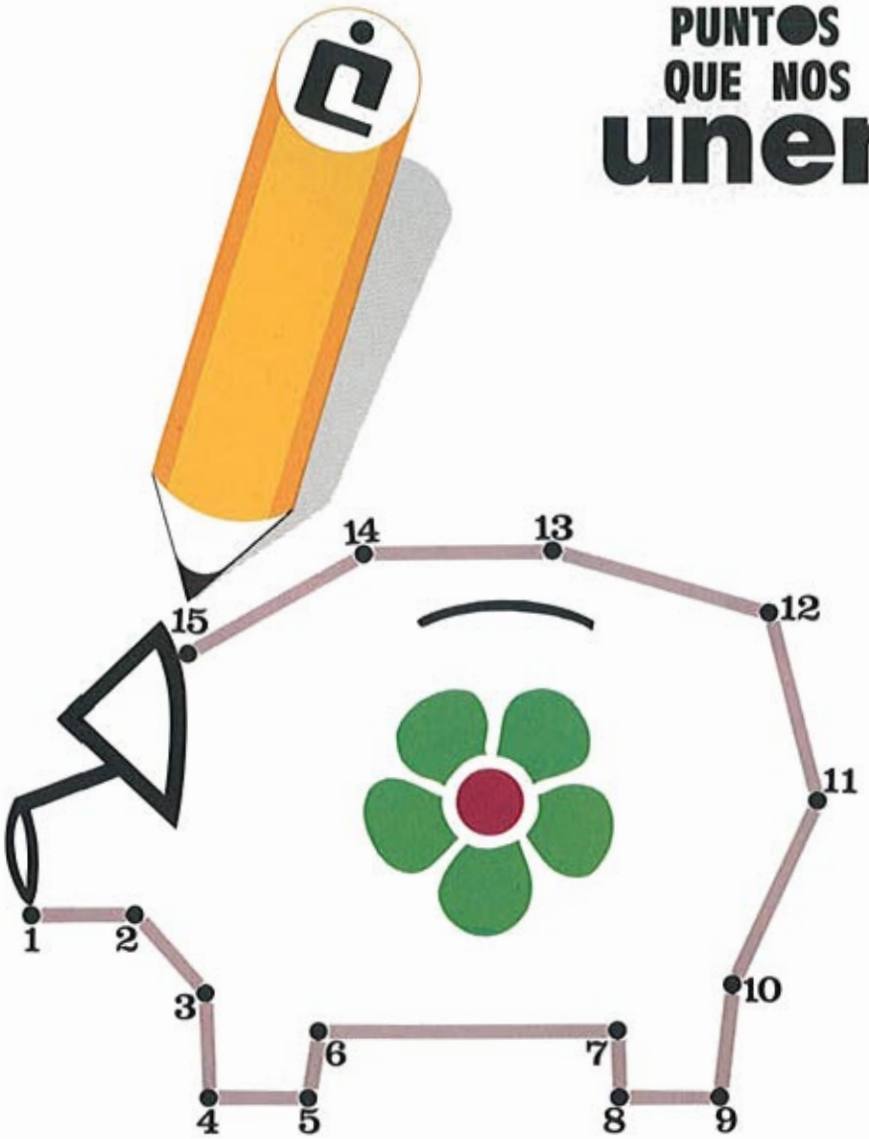
Casas en renta. Un problema grave	Actualmente, conseguir una casa o departamento en renta es tan difícil como "encontrar una aguja en un pajar", muchas veces, cuando el consumidor consigue una vivienda en renta, se inicia una relación incierta y llena de conflictos. ¿Cuáles son los derechos del consumidor en estos casos?	Revista núm. 155, enero de 1990
¿A dónde conducen las escuelas de manejo?	Si desea aprender a manejar generalmente tiene dos posibilidades: pedirle este favor a algún familiar o amigo de confianza o contratar los servicios de una escuela de manejo, pero ¿es recomendable esta segunda opción?	Revista núm. 159, mayo de 1990
Herbolaria. Nuestra antigua medicina	Una de las preocupaciones constantes del hombre ha sido la preservación de su salud: Para lograr ese objetivo ha recurrido a distintas técnicas curativas. La herbolaria es una de las más antiguas.	Revista núm.160, junio de 1990
Multivisión, ¿vale la pena?	Los avances tecnológicos en materia de comunicación han permitido que algunas innovaciones dejen de parecernos asombrosas y se incorporen a nuestra vida rutinaria como algo común. ¿Cuáles son los costos y el funcionamiento de este servicio?	Revista núm. 160, junio de 1990
Bolsas de trabajo: si busca empleo, no pierda la brújula	Las bolsas de trabajo son una opción interesante y eficaz cuando uno busca empleo, ¿cuáles son las características de este servicio?	Revista núm.161, julio de 1990
Taxis colectivos, ¿abusos sobre ruedas?	Este servicio, que representa una solución relativa a la creciente necesidad de traslado de la población que habita en las grandes ciudades, muchas veces se caracteriza por las arbitrariedades y abusos en contra de los usuarios. ¿Cómo se puede evitar esto?	Revista núm. 162, agosto de 1990

¡Suscríbase a la Revista del Consumidor!
Llame al 568-87-22, o acuda personalmente a Insurgentes Sur núm. 1228, planta baja, colonia Tlacoquemécatl del Valle, c.p. 03210, México, D.F. Un año (doce números), 25 mil pesos; seis meses (seis números), 12 mil 500 pesos. Tarifa promocional vigente para 1991: reciba 12 números y pague sólo 10.

AUTOR: JOSE LUIS GARCIA VALADES

CARTEL GANADOR DEL 1er. LUGAR EN EL CONCURSO "XV AÑOS DE SOLIDARIDAD CON EL CONSUMIDOR", ORGANIZADO POR EL INCO.

15 PUNTOS QUE NOS unen



15 AÑOS DE SOLIDARIDAD

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

El anticomercial del mes

¿Auto-suficiente?

¿Qué le contestaría usted a su hijo si él, tristemente, le enumerara las pertenencias que dicen tener sus amigos, tales como grandes casas, barcos y joyas? Qué tal si además le preguntara: "¿Y yo, qué les digo que tenemos?

¿Desconcertado? pues éste es el

diaciones de un lujoso y distinguido colegio, que se caracteriza por su construcción elegante y amplios jardines adornados con estatuas; además, la música clásica que se escucha como fondo acentúa la suntuosidad que rodea a todos los elementos del comercial.

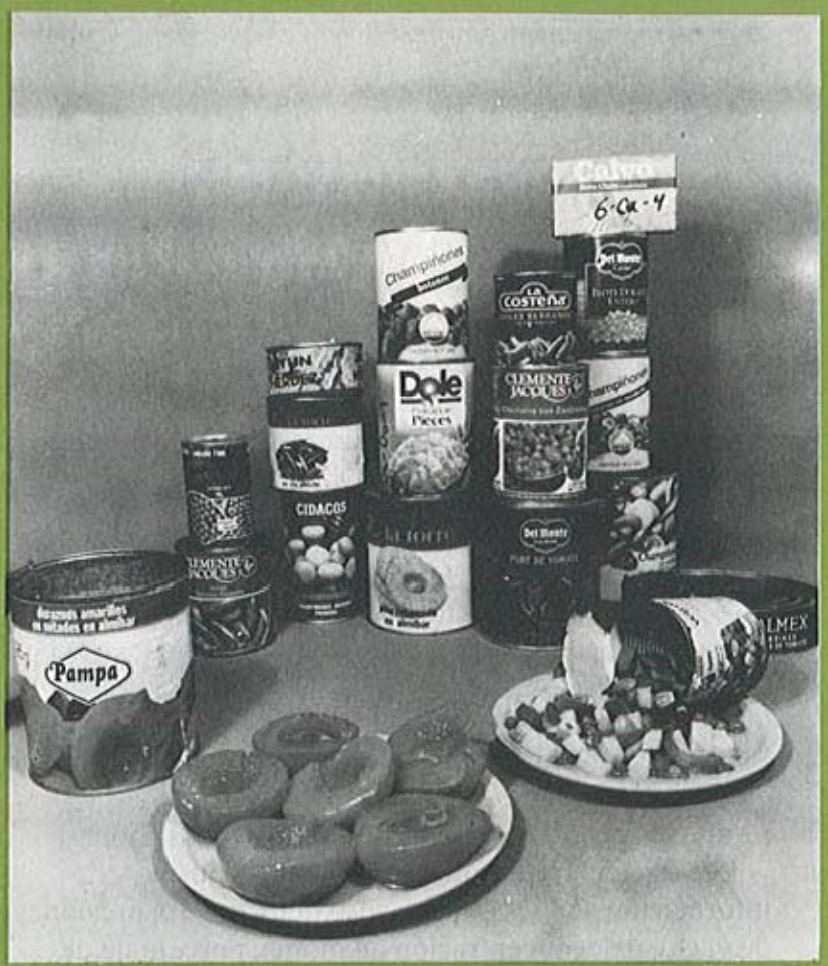
También destaca la expresión del padre que, con cierta frustración, comenta: "No importa lo que ellos tengan; todo eso y más, no se compara con lo que mi automóvil vale".

Para los protagonistas del anuncio la posesión de bienes materiales es lo

digo de Etica Publicitaria, que estipula: "La publicidad apelará preferentemente a actitudes y sentimientos positivos".

El comercial sólo menciona la marca y modelo del auto y nunca sus características, atributos o innovaciones; únicamente destaca que el hecho de tener y acumular objetos materiales es lo más importante, sin tomar en cuenta algunas virtudes propias del ser humano, como el cariño, la unión familar y el trabajo.

Que sea un niño quien se encuentra preocupado por la cantidad de bienes que posee su familia, es alarmante; ya que de esta manera, se promueve una imagen infantil carente de valores esenciales importantes pa



PRUEBAS DE CALIDAD
ENLATADOS FRUTAS Y VEGETALES

ALIMENTOS ENLATADOS: FRUTAS Y VEGETALES

COLECCIONABLE

ISSN0188-2708

INVESTIGACIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES ENLATADOS

Con el propósito de conocer la calidad de las frutas y vegetales enlatados que adquiere la población consumidora en nuestro país, el Instituto Nacional del Consumidor realizó un estudio de este tipo de productos. En el presente reporte le damos a conocer los resultados que obtuvieron nuestros especialistas a fin de proporcionarle información útil que le permita realizar una buena compra.

La investigación abarcó el estudio de chiles, frutas en almíbar y vegetales. Para ello se eligieron ocho productos genéricos en 53 diferentes presentaciones.

Los aspectos analizados fueron, entre otros, información al consumidor, peso neto, precio, presión de vacío, pH, concentración de plomo, porcentaje de ingredientes y recubrimiento interno de la lata.

Por vez primera se consideran en este estudio productos que se comercializan en el interior de la República Mexicana, específicamente en los estados de Baja California, Hidalgo y Durango. Lo anterior se hizo con la idea de ampliar la cobertura de la investigación a todo el territorio nacional y mejorar, así, el servicio que deseamos brindarle. También se consideraron alimentos enlatados de importación, lo cual le permitirá a los consumidores conocer las distintas opciones que ofrece el mercado nacional.

Esperamos, como siempre, que la información que ponemos a su consideración le sea de utilidad.

Marca Propia
Duraznos
Mitades en Almíbar
BALKAN
DURAZNOS
HOLINDROS
Duraznos mitades
en almíbar
Tri Valley
Pampa
PEACHES
Libby's

CALMEX
Puré de Tomate
CONTENIDO NETO

Champiñones
botones
MONTEBLANCO
CONTENIDO NETO 400g

CLEMENTE JACQUES
Chicharos
MOLINERA
Del Monte
SWEET PEAS.
CHICHAROS TAMAÑO FINO
DEL FUERTE
KOUNTY KIST.
SWEET PEAS

PRUEBAS DE CALIDAD
ENLATADOS FRUTAS Y VEGETALES

ALIMENTOS ENLATADOS: FRUTAS Y VEGETALES

FICHA TÉCNICA

Según las normas oficiales mexicanas respectivas, la definición de cada uno de los distintos productos analizados, es la siguiente:

Chiles serranos en escabeche: Productos que se utilizan como condimento, elaborados con chiles sin defectos y maduros, del género *Capsicum annum*, encurtidos y envasados con una mezcla de vinagre, aceite vegetal comestible, sal y agua, así como adicionados, en ocasiones, con verduras o especias (NOM-F-121-1982).

Duraznos en almíbar: Producto alimenticio preparado con duraznos (*Premus pérsico*) sin defectos, limpios, sin cáscara y mezclados con jarabe. Pueden tener o no aditivos y están envasados en recipientes herméticos y procesados térmicamente (NOM-F-34-1982).

Piñas en almíbar: Productos alimenticios preparados con piñas (*Anana sativa*) maduras, sin defectos, limpias y sin cáscara, ya sea enteras o partidas en rebanadas. Contienen jarabe y están envasados en recipientes sanitarios, herméticos y procesados térmicamente (NOM-F-11-1983).

Champiñones: Productos preparados a partir de frutas frescas del género *Agaricus* (*P. salliota*) y *A. bisporus* en buen estado. Están envasados en recipientes herméticos y tratados térmicamente (NOM-F-414-1982).

Chícharos: Productos preparados a partir de las frutas frescas, sin defectos, limpias, enteras, extraídas de las vainas aún verdes de la variedad *Pisum satinum*, envasados herméticamente y tratados térmicamente (NOM-F-28-1981).

Granos de elote: Alimento obtenido de las variedades rojas del fruto maduro (*Licopersicum esculentum*), molido, tamizado y concentrado. Puede estar adicionado con sal y está sometido a un proceso térmico antes o después de cerrado el envase, para asegurar su conservación.

Marcas: Se analizaron 53 marcas de ocho productos específicos que fueron adquiridos en establecimientos ubicados en los estados de Baja California, Hidalgo y Durango, así como en el Distrito Federal.

Muestra: Se adquirieron diez unidades por marca de cada producto, en diferentes tiendas de autoservicio y de abarrotes. Los productos fueron comprados en las mismas condiciones en que habitualmente lo hace el consumidor.

Descripción de pruebas: Las pruebas aplicadas a los productos analizados fueron las siguientes:

Información al consumidor: Se verificó que en las etiquetas de los envases estuviera impresa, en idioma español, esta información: nombre del producto, marca, domicilio, peso neto y drenado, razón social del fabricante, lista de ingredientes, registro de la Secretaría de Salud y leyenda "Hecho en México" o, en su defecto, país de origen.

Peso neto: Es el peso del contenido total del producto envasado. Se determinó por diferencia entre el peso total del producto en el envase y el peso de la cobertura (ingredientes y sustancias líquidas que acompañan al producto).

Precio: En esta prueba se consideró el precio promedio más frecuente de la muestra.

Presión de vacío: Es la medida de la presión interna del envase. Se determinó mediante el empleo de un vacuómetro que mide la presión de vacío, en una escala expresada en milímetros de mercurio (mm de Hg). Una presión de vacío adecuada evita el crecimiento de mircoorganismos, reduce la oxidación del alimento y disminuye el esfuerzo interior o tensión de la lata, provocada por el tratamiento térmico.

pH: Medida del grado de acidez o alcalinidad de un producto. El valor de pH, que oscila en una escala de 1 a 14, determina el grado de tratamiento térmico necesario para cada producto, a fin de asegurar la destrucción de microorganismos patógenos. Asimismo, es un indicador del deterioro posible del producto cuando su valor se desvía de los límites establecidos. Su determinación instrumental se realizó mediante un potenciómetro digital tomando las lecturas directas de las muestras de productos.

Concentración de plomo: La presencia de altas concentraciones de metales pesados puede dar lugar a un proceso de bioacumulación en el ser humano. Su detección fue realizada mediante la técnica de espectrofotometría de absorción ató-

mica, la cual permite cuantificar las concentraciones de metales pesados en la muestra.

Diámetro: Dimensión física relacionada con el tamaño del producto. Para la evaluación comparativa de este parámetro, y en ausencia de especificaciones normativas, se tomó como referencia el promedio de las mediciones realizadas en las distintas marcas. Esto se aplicó para el caso de la piña en rebanadas y los duraznos en mitades.

Grados Brix: Porcentaje del contenido de sólidos disueltos en un producto derivado de las frutas o de un líquido azucarado. Es una forma de determinar el contenido de sacarosa. Su medición se realizó por densitometría.

Porcentaje de ingredientes básicos: Proporción de las diferentes fracciones sólidas que componen un producto mezclado. Se determinó por la separación manual de los ingredientes.

Porción no comestible: Es la proporción de materia vegetal extraña, como semillas, hojas y pedúnculos (rabos) respecto al peso drenado de un producto. Se determinó mediante separación manual.

Características organolépticas: Son aquellas que se determinan mediante los órganos de los sentidos, tales como olor, color, sabor, textura, etcétera.

Fécula: Es la medición de almidón en el producto. Se determinó por medio de una hidrólisis ácida.

Recubrimiento interno de la lata: Evaluación de la presencia de barniz de recubrimiento o deterioro del mismo por medio de una reacción con ferrocianuro de potasio. Estas deficiencias pueden ocasionar la transferencia de fierro al producto, lo cual altera sus características sensoriales.

Partículas negras: Cuantificación de partículas negras provenientes del proceso térmico en la elaboración de puré de tomate. Se calculó por conteo a través de una capa de puré en una superficie de cristal.

RESULTADOS

Chiles serranos en escabeche

En el análisis de contenido se encontró que los productos de las marcas **La Cumbre** y **Clemente Jacques** no cumplieron con el peso declarado en sus etiquetas. Además, los chiles de la segunda marca presentaron la información en inglés, lo cual contraviene lo dispuesto en los artículos 5 y 7 de la Ley Federal de Protección al Consumidor y 210 de la Ley General de Salud.

Las marcas **La Costeña** y **Clemente Jacques** presentaron niveles de plomo que, aunque cercanos al límite máximo permitido, no representan riesgo alguno para el consumidor. Por lo que respecta a los ingredientes, se detectaron ciertas irregularidades, como el bajo porcentaje de chiles y el exceso de medio de cobertura (escabeche y verduras) que, en algunos casos, fue de hasta el 60 por ciento del contenido de la lata. Esto repercute en la economía del consumidor quien compra, además de chiles, elevadas cantidades de agua, vinagre y verduras. La evaluación global de calidad ubicó a la marca **La Torre** con la mayor calificación, mientras que **Clemente Jacques** apenas alcanzó 60 puntos.

Chiles serranos en escabeche enlatados

Marcas			Herdez	La Torre	La Costeña	La Cumbre	Clemente Jacques
Procedencia			Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional
Información al consumidor			Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	380	380	220	215	360
		Verificado (g)	395.8	376.8	231.5	218.7	341.7
	Peso drenado	Declarado (g)	228	228	121	128	No declarado
		Verificado (g)	242.8	244.5	124.8	103.8	188.6
Análisis físico-químicos	Presión de vacio (127 mm de Hg min.)		340.19	382.21	293.16	259.84	188.51
	pH (mayor de 4.6)		3.33	3.45	3.16	3.42	3.35
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0.58	0.60	0.81	0.68	0.74
Orden porcentual de ingredientes	Porcentaje de chiles		43.99	50.48	43.89	38.02	46.57
	Porcentaje de verduras		14.56	6.52	7.35	6.37	6.46
	Fracción no comestible (5.5% máx)		2.24	2.19	1.82	2.00	2.06
	Porcentaje de medio de cobertura		38.67	39.02	46.10	52.64	44.80
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			85	83	75	65	60

Duraznos en almíbar

En relación con el contenido neto y drenado, **Bal-Kan** y **Pampa** (importados), así como **Valle Dorado** (nacional) no cumplieron con lo indicado en las etiquetas.

La información al consumidor fue incompleta en **Kolindros** y **Bal-Kan** (de importación).

En este grupo de alimentos envasados las mejores evaluaciones globales de calidad fueron para los duraznos **Pampa** y **Valle Dorado.**

Cabe destacar que, después de aplicar las pruebas descritas con anterioridad, se llegó a la conclusión de que no existen grandes diferencias entre los productos nacionales y los importados.

Mitades de duraznos en almíbar

Marcas			Pampa	Hunt's	Valle Dorado	Kolindros	Lagg's	Comercial Mexicana	Marca Libre
Procedencia			Argentina	E.U.A.	Argentina	Grecia	Grecia	Argentina	Grecia
Información al consumidor			Completa	Incompleta	Completa	Incompleta	Completa	Completa	Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	620	425.25	820	850	800	820	800
		Verificado (g)	840.0	443.12	834.4	845.9	841.2	851.2	840.7
	Peso drenado	Declarado (g)	485	269.32	500	500	480	500	480
		Verificado (g)	524.1	251.97	534.7	530.4	506.1	515.7	496.6
	Presión de vacio (101.65 mm de Hg min.)		231.2	213.79	294.08	214.54	269.56	211.76	269.63
Análisis físico-químic	pH (3.5 mínimo - 4.2 máximo)		3.79	3.77	4.00	3.85	3.64	3.68	3.67
	Grados Brix (20 mín. - 28 máx.)		18.07	20.95	17.89	16.11	15.92	15.25	16.2
	Diámetro (7.96 cm)		5.91	5.68	5.76	6.11	6.44	5.89	5.69
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0	0	0	0	0.43	0.16	0.43
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			95	93	90	83	82	77	77

Observaciones:
* Muestra adquirida en la ciudad de Durango, Dgo.

Mitades de duraznos en almíbar

Marcas			Pampa ★	Valle ★ Dorado	Lagg's ★	Kolindros ★	Trivalley ★	Balkan ★	Precursor ★
Procedencia			Argentina	Nacional	Argentina	Grecia	E.U.A.	Bulgaria	Argentina
Información al consumidor			Incompleta	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta	Incompleta
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	820	860	820	850	454	860	820
		Verificado (g)	856.67	821.47	864.15	847.97	470.0	786.1	854.33
	Peso drenado	Declarado (g)	485	560	500	500	297.67	430	500
		Verificado (g)	450.57	513.55	576.5	501.1	307.05	467.7	524.07
	Presión de vacio (101.65 mm de Hg min.)		251.35	375.47	208.73	250.53	189.29	274.21	208.48
Análisis físico-químicos	pH (3.5 mínimo - 4.2 máximo)		3.84	3.95	3.71	3.66	3.94	3.70	3.94
	Grados Brix (20 min. - 28 máx.)		20.82	18.92	15.25	16.30	18.85	18.02	15.22
	Diámetro (7.96 cm)		6.27	5.67	5.86	5.80	5.46	5.88	5.39
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0	0	0	0	0	0	0
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme		Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			93	91	90	88	85	83	80

Observaciones:
* Muestra adquirida en la ciudad de Pachuca, Hgo.

Piñas en almíbar

En este grupo de alimentos se detectaron diferencias de contenido, principalmente en **Del Centro, Condal** (de origen nacional), y **Dole** (de importación), en las que el faltante en el peso drenado fue, en algunos casos, de más de 60 gramos

También hubo irregularidades fisicoquímicas (falta de azúcar y presencia de plomo en bajas concentraciones) en los productos **Del Centro, Papanoa y Condal**, todas nacionales, y en **Dole** (de importación).

La mejor evaluación de calidad correspondió a las marcas **Herdez** y **La Torre** .

Rebanadas de piña en almíbar

			Herdez	La Torre	Dole	Papanda	Dole ★	Condal	Del Centro
Marcas									
Procedencia			Nacional	Nacional	Filipinas	Nacional	E.U.A.	Nacional	Nacional
Información al consumidor			Completa	Incompleta	Completa	Completa	Completa		Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	800	800	822	850	234	800	800
		Verificado (g)	840.7	859.9	840.4	845.2	245.17	846.5	851.1
	Peso drenado	Declarado (g)	480	480		430	149	480	480
		Verificado (g)	465.9	488.6	483.8	468.2	125.2	417.7	434.7
	Presión de vacio (101.65 mm de Hg min.)		310.19	361.75	348.96	333.96	300.35	354.75	373.36
Análisis fisico-quimicos	pH (3.5 mínimo - 4.2 máximo)		3.54	3.40	3.61	3.25	3.14	3.52	3.22
	Grados Brix (20 min. - 28 máx.)		21.23	20.23	15.11	19.67	22.23	18.53	17.47
	Diámetro (7.96 cm)		8.40	8.42	8.13	8.23	6.73	7.13	7.47
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0	0	0	0.50	0	0.56	0.37
Análisis organolépticos	Olor (caracteristico)		Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico
	Color (caracteristico)		Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico
	Sabor (caracteristico)		Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico	Caracteristico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			98	89	88	79	73	67	66

Observaciones:
* Muestra adquirida en la ciudad de Durango, Dgo.

PRUEBAS DE CALIDAD

Champiñones en escabeche

En este grupo de productos se detectaron irregularidades en las marcas nacionales **Monte Blanco** y **Herdez**, en las que los contenidos de champiñones fueron de sólo 33 y 41 por ciento, respectivamente.

Champiñones en escabeche

Marcas			Herdez	Monte Blanco
Procedencia			Nacional	Nacional
Información al consumidor			Completa	Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	800	400
		Verificado (g)	817.8	475.0
	Peso drenado	Declarado (g)	500	240
		Verificado (g)	502.7	249.8
Análisis físico-químicos	Presión de vacío (76.3 mm de Hg mín.)		269.35	316.15
	pH (3.0 mínimo - 3.8 máximo)		3.91	3.68
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0.71	0.30
Orden porcentual de ingredientes	Porcentaje de champiñones		41.57	33.34
	Porcentaje de verduras		14.69	15.87
	Porcentaje de chiles		4.00	2.31
	Porcentaje de medio de cobertura		38.53	47.40
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico
	Consistencia (firme)		Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			80	72

Champiñones enteros

Después de aplicar las pruebas de contenido se encontró que los champiñones **Herdez** no cumplían con el peso neto declarado en su etiqueta.

También se detectaron deficiencias fisicoquímicas en **Taboada** y **Riojal** (de importación), así como en los champiñones nacionales **Monte Blanco** y **Herdez**.

Con excepción de los productos **Riojal**, en todos se detectó la presencia de plomo, aunque la concentración de este metal no representa riesgos para el consumidor.

La evaluación global de calidad ubicó a **Cidacos** y **Riojal** (de importación) y a **Herdez** y **Monte Blanco** (nacionales), como las mejores opciones de compra.

Champiñones enteros

Marcas			Cidacos	Riojal *	Monte Blanco	Herdez	Taboada
Procedencia			España	España	Nacional	Nacional	España
Información al consumidor			Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	355	780	400	400	370
		Verificado (g)	383.3	840.23	458.0	461.1	380.3
	Peso drenado	Declarado (g)	160	420	240	240	185
		Verificado (g)	175.89	402.43	234.9	228.5	188.9
Análisis fisico-químicos	Presión de vacío (101.65 mm de Hg mín.)		186.64	248.08	328.61	334.80	185.44
	pH (5.0 mínimo - 6.5 máximo)		5.31	4.33	4.58	4.69	4.19
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0.49	0	0.71	0.75	0.70
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			87	85	71	69	68

Observaciones:
* Muestra adquirida en la ciudad de Pachuca,Hgo.

PRUEBAS DE CALIDAD

Chícharos

Los chícharos enlatados mostraron, tanto en contenido como en el aspecto fisicoquímico y sensorial, una calidad aceptable, con excepción de las marcas **Del Fuerte** y **Clemente Jacques**, en las cuales se observó presencia de plomo, aunque en concentraciones no peligrosas.

Las marcas que evaluaron mejor fueron **Del Monte** y **Molinera**. Por su parte, la menor calificación correspondió a los chícharos **Kounty-Kist**, de importación.

Chícharos enlatados

Marcas			Molinera	Del Monte	Green Giant •	Tabaoda ★	Del Monte •	Del Fuerte ■	Clemente Jacques	Del Fuerte	Kounty-Kist
Procedencia			España	Nacional	E.U.A.	España	E.U.A.	Nacional	Nacional	Nacional	E.U.A.
Información al consumidor			Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	390	482	425	150	482	225	470	165	425
		Verificado (g)	438.9	492.2	434.97	158.95	483.27	227.53	474.9	179.8	438.1
	Peso drenado	Declarado (g)	250	291	255.15	95	291	135	282	99	No declarado
		Verificado (g)	269.7	293.7	259.1	87.67	286.35	156.03	302.7	102.1	267.4
Análisis físico-químicos	Presión de vacio (101.65 mm de Hg min.)		196.27	221.12	287.27	189.29	189.29	352.61	421.07	373.55	279.52
	pH (5.5 mínimo - 6.5 máximo)		5.96	6.00	5.99	5.83	6.13	6.13	5.67	6.28	6.00
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0	0	0	0	0	0.81	0.73	0.67	0
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			100	100	100	97	97	90	90	90	80

Observaciones:
■ Muestra adquirida en la ciudad de Tijuana, Baja California • Muestra adquirida en la ciudad de Durango, Dgo.

PRUEBAS IMPRESAS

Granos de elote

Este producto mostró una calidad casi homogénea en las marcas nacionales, pero la excepción fue **Del Fuerte**, en la cual se observaron irregularidades en el peso drenado ofrecido, así como presencia de plomo, aunque en bajas concentraciones. Por su parte, las tres marcas de importación analizadas no declaraban en su etiqueta el peso drenado, con lo cual se viola el artículo 5 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En cuanto al aspecto fisicoquímico, la marca importada **Niblets**, mostró valores de pH superiores a los especificados por norma.

La evaluación global de calidad ubicó a las marcas nacionales **Herdez, Clemente Jacques** y **Del Monte** con las más altas puntuaciones, mientras que **Niblets** ocupó la posición de menor puntaje.

En síntesis, existe una gran diferencia entre los productos de este tipo que se ofrecen en el mercado nacional. En las tablas de este reporte encontrará, amigo lector, la información en detalle que le servirá para que decida cuál es la mejor opción de compra, tanto en el Distrito Federal como en los estados de la república que se mencionan al principio de este reporte.

Granos de elote

Marcas			Herdez	Clemente Jacques	Del Monte	Niblets ★	Del Fuerte	Del Monte ■	Springfield	Niblets
Procedencia			Nacional	Nacional	Nacional	E.U.A.	Nacional	E.U.A.	E.U.A.	E.U.A.
Información al consumidor			Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta	Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	425	470	.482	311	220	248.06	480	311
		Verificado (g)	469.0	493.1	495.8	318.23	218.9	252.67	494.2	313.2
	Peso drenado	Declarado (g)	300	310	290	263.65	120	No declarado	No declarado	No declarado
		Verificado (g)	312.0	322.1	298.0	248.13	115.1	152.77	318.6	248.7
Análisis físico-químicos	Presión de vacio (101.65 mm de Hg min.)		343.29	408.40	400.25	493.07	374.68	189.29	367.86	509.03
	pH (5.5 mínimo - 6.5 máximo)		6.37	6.43	6.46	6.55	6.40	6.48	6.5	6.82
	Contenido de plomo (1 ppm máximo)		0	0	0	0	0.46	0	0	0
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Textura (firme)		Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme	Firme
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			100	100	100	85	84	80	80	74

PRUEBAS DE CALIDAD

Puré de tomate

En cinco de las seis marcas analizadas se detectaron deficiencias fisicoquímicas (pH y presencia de partículas negras).

Es importante destacar que la evaluación global de calidad fue satisfactoria para todos los productos y, en términos generales, los de procedencia nacional se ofrecían a precios más bajos para el consumidor.

Puré de tomate

Marcas			Red Gold *	La Costeña	Del Monte	Hunt's	Calmex	Del Fuerte
Procedencia			E.U.A	Nacional	Nacional	E.U.A	Nacional	Nacional
Información al consumidor			Completa	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Completa
Contenido	Peso neto	Declarado (g)	298	800	800	821	825	825
		Verificado (g)	309.62	780.4	808.0	824.0	831.0	807.6
Análisis físico-químicos	Presión de vacío (101.65 mm de Hg mín.)		391.81	556.98	553.01	374.23	408.0	467.59
	pH (4.0 mínimo - 4.5 máximo)		4.16	3.76	3.79	3.97	3.94	3.46
	Fécula (negativo)		Negativo	Negativo	Negativo	Negativo	Negativo	Negativo
	Contenido de plomo (0.36 ppm máximo)		0	0	0	0	0.03	0
Análisis organolépticos	Olor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Color (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Sabor (característico)		Característico	Característico	Característico	Característico	Característico	Característico
	Partículas negras (1.3%)		0.37	1.0	2.3	0.6	1.2	5.4
Evaluación global de calidad (máximo 100 puntos)			100	89	87	87	77	77

Observaciones:
* Muestra adquirida en la ciudad de Pachuca, Hgo.

PRUEBAS DE CALIDAD

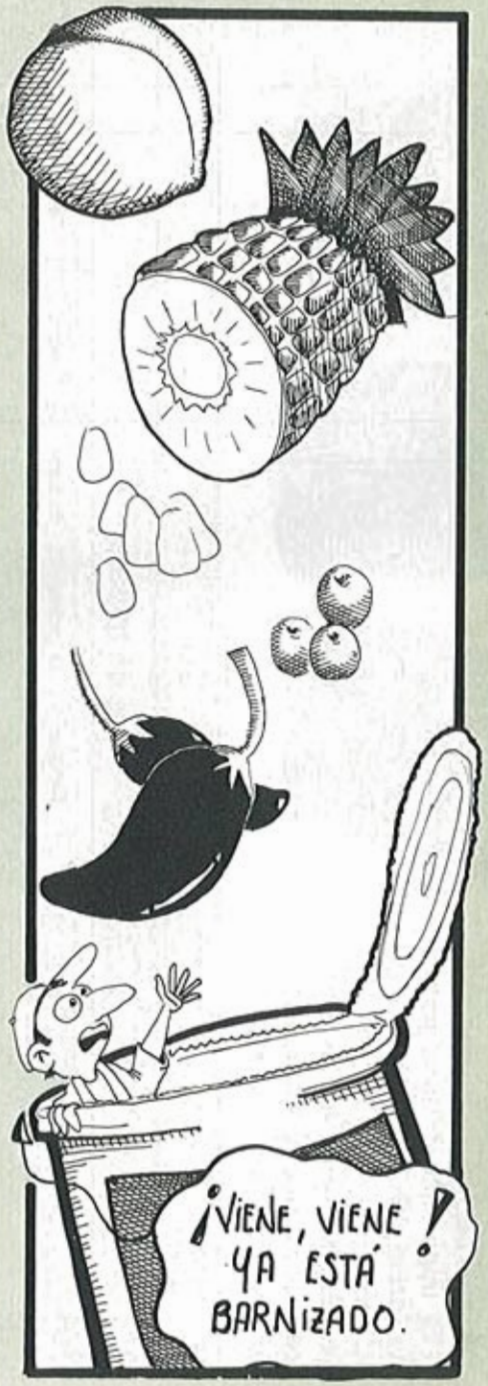
ANALISIS DE RECUBRIMIENTO INTERNO DE LAS LATAS

Frutas y vegetales

En productos enlatados se utilizan comúnmente dos tipos de recubrimientos internos, a saber: barniz gris (resina), y barniz blanco. Asimismo, se encuentran latas que no presentan ningún tipo de barniz.

Los resultados obtenidos del análisis químico del recubrimiento señalan lo siguiente:

En aquellos productos enlatados que presentan un recubrimiento de barniz, como chiles, chícharos y granos de elote, prácticamente no se encuentran puntos del recubrimiento que indiquen deterioro del barniz. Se puede considerar que este tipo de recubrimiento es adecuado para mantener al producto sin contacto con la hojalata interna.

En contraste, los productos como piña y duraznos en almíbar, de elevada acidez, no presentan barniz interno. La piña en almíbar presentó mayor exposición del producto al fierro de la hojalata, con excepción de las marcas **Del Centro**, **Condal** y **Bal-Kan**, las cuales sí presentan un recubrimiento de barniz que protege al producto.

En vista de lo anterior, sería deseable que los productores nacionales y extranjeros de alimentos enlatados, especialmente los que procesan piña en almíbar, incorporaran el barniz de recubrimiento al interior de las latas con el fin de evitar la exposición del producto al fierro.